

Estudo das Redes Sociais no 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.
Tempo gasto pelos adolescentes portugueses na adesão às Redes Sociais. Quais os
motivos dessa adesão?

por

Cristina Fernandes Gaspar

Trabalho de projecto apresentado como requisito
parcial para obtenção do grau de

Mestre em Estatística e Gestão da Informação

pelo

Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação

da

Universidade Nova de Lisboa

Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação

Universidade Nova de Lisboa

Estudo das Redes Sociais no 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

Tempo gasto pelos adolescentes portugueses na adesão às Redes Sociais. Quais os motivos dessa adesão?

Cristina Fernandes Gaspar

Trabalho de projecto apresentado como requisito
parcial para obtenção do grau de
Mestre em Estatística e Gestão da Informação

Professores Co-orientadores:

Professor Doutor José António Rui Amaral Santos

Professor Doutor Miguel de Castro Neto

Novembro, 2011

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho de projecto não teria sido possível sem o apoio de algumas pessoas ou instituições, às quais deixo aqui os meus sinceros agradecimentos:

Aos Professores Doutores José António Rui Amaral Santos e Miguel de Castro Neto pela orientação e aconselhamento que desenvolveram ao longo de todo o projecto. Sem as suas ajudas e aconselhamentos não seria possível desenvolver este projecto e atingir os resultados pretendidos com sucesso.

Ao Ministério da Educação, por ter concedido a autorização para se realizarem os inquéritos aos alunos do ensino básico (2.º e 3.º Ciclos) de escolas dos concelhos de Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém.

Às Direcções destas Escolas, por terem permitido a realização dos questionários aos alunos, e também pela disponibilidade demonstrada sempre que era solicitada rapidez no processo.

Aos professores, aos alunos, e demais funcionários das escolas, que, directa ou indirectamente, contribuíram para a aplicação, recolha e envio dos questionários que muito contribuíram para a concretização deste trabalho.

Um agradecimento especial à minha amiga e colega de mestrado, Dr.^a Rosa Rolim, pela disponibilidade e apoio nos vários momentos que levaram à conclusão deste trabalho.

À minha amiga, mestre Priscila Couto, por se ter disponibilizado e ajudado ao longo do processo de escrita no que diz respeito à língua portuguesa.

Finalmente, um agradecimento especial ao meu pai, António Gaspar, e à minha mãe, Maria Fernanda Gaspar, pelo apoio dado, sem o qual não seria possível embarcar neste projecto.

A todos o meu sincero muito obrigado.

RESUMO

Dada a crescente popularização das redes sociais na Internet, em particular entre os adolescentes, este estudo visa determinar, quanto aos adolescentes que frequentem o ensino público português no 2.º e no 3.º ciclo do Ensino Básico, os motivos que influenciam o tempo gasto nas redes sociais.

Além disso, o objectivo deste estudo é determinar qual o tempo que os adolescentes gastam nas redes sociais (RS), saber o lugar onde utilizam as RS (e.g., em casa, na escola, em casa de amigos, nas bibliotecas, etc.), conhecer quais as razões que os levam a aderir às RS, e também como é que os adolescentes avaliam a segurança na utilização das redes sociais. Por outro lado, com este estudo procura-se saber quais as redes sociais que são mais utilizadas pelos adolescentes e quantos são os “amigos da rede”, quais as suas nacionalidades e quem são esses “amigos”.

Para a realização deste estudo, foi aplicada uma metodologia de carácter quantitativo, baseada na aplicação do método de recolha de dados. A amostra deste estudo, realizada através da aplicação de inquéritos, é constituída por 1375 alunos, mas destes só foram objecto de análise os 1255 alunos que utilizam as RS. Esta amostra foi recolhida em nove escolas públicas, do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico, nos concelhos de Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém.

Depois da fase de preparação dos dados e definidos todos os parâmetros, foi aplicado o teste do qui-quadrado para a análise de independência das variáveis relevantes para o presente estudo, e para a estimação do efeito de um conjunto de variáveis sobre o efeito dos motivos que influenciam o tempo gasto pelos adolescentes nas redes sociais aplicamos o modelo de regressão logística.

Após a análise da amostra, verifica-se o seguinte: a rede social mais usada actualmente é o MSN (85%), a nacionalidade dos amigos da rede social é maioritariamente a portuguesa (77%), os adolescentes gastam na sua maioria duas a quatro vezes por semana nas redes sociais (37,61%), e os motivos de adesão mais relevantes são para comunicar com os amigos, para comunicar com familiares e por diversão.

PALAVRAS-CHAVE

Redes Sociais, Redes Sociais Online, Regressão Logística, Adolescentes, Estudantes, Crianças, Escolas, Internet, teste do qui-quadrado.

ABSTRACT

Given the growing popularity of social networking sites, particularly among adolescents, this study aims to determine, for adolescents who attend public education in Portuguese 2º and 3º cycle of basic education, the (s) reason (s) that influence the time they spend on social networks.

The aim of this study is to determine how much time teenagers spend on social networks (SN), to know where they use the SN (eg, at home, at school, at friends' homes, libraries, etc.), learn the reasons which lead them to adhere to the RS, and also to know how adolescents evaluate the safety in the use of social networks. On the other hand, this study seeks to find out which social networks are more used by teenagers and how many "network friends" they have, their nationality and who these "friends" are.

For this study, a quantitative methodology was applied, based on the application of the method of data collection. The sample, held through the use of surveys, consists of 1375 students, but only the 1255 students who use the RS were analyzed. This sample was collected in nine public schools that teach the 2º and 3º cycle of basic education, in the municipalities of Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal and Santiago do Cacém.

After the preparation phase of the data and set all the parameters, we applied the chi-square analysis for independence of variables relevant to this study, and to estimate the effect of a set of variables on the effect of factors influencing the time spent by teenagers on social networks we applied the logistic regression model.

After analyzing the sample, it turns out as follows: the currently most used social network is MSN (85%), the majority of social network friends is of portuguese nationality (77%), in most cases adolescents spend two to four times a week in social networks (37.61%), and the most relevant reasons for membership are to communicate with friends, to communicate with family and entertainment.

KEYWORDS

Social Networks, Online Social Networks, Logistic regression, teens, students, children, schools, internet, chi-square test.

ÍNDICE

1.	INTRODUÇÃO	1
1.1	Objectivos do Estudo	1
1.2	Fundamentação /Lógica	2
1.3	Formulação das Questões	2
1.4	Estrutura do Trabalho de Projecto	3
2.	REVISÃO DA LITERATURA	4
2.1	As Redes Sociais: Definição e História	4
2.2	Estudos Empíricos sobre as Redes Sociais	9
3.	METODOLOGIA	22
3.1	Introdução	22
3.2	Instrumentos Utilizados	22
3.3	Percurso da Metodologia de Investigação	24
3.4	Segmentação da População e Obtenção da Amostra	26
3.5	Breve Descrição da Metodologia Estatístico-Económica a Utilizar na Análise Empírica.....	32
3.5.1	Teste do qui-quadrado.	32
3.5.2	Modelo de regressão logística.	33
4.	RESULTADOS E DISCUSSÃO	38
4.1	Análise Descritiva da Amostra	38
4.1.1	Distribuição da amostra por região, género e faixa etária.	39
4.1.2	Descoberta da primeira rede social utilizada.	41
4.1.3	Distribuição por primeira rede social utilizada, redes mais utilizadas e número de conexões por redes sociais.....	44
4.1.4	Tipo de nacionalidade dos amigos da rede.	50
4.1.5	Tipo de pessoas a que os adolescentes estão conectados.	52
4.1.6	Tempo gasto para estar nas redes sociais.	54
4.1.7	Local de utilização das redes sociais.	56
4.1.8	Motivo de utilização das redes sociais.	57
4.1.9	Grau de segurança das redes sociais.....	61

4.2 Análise e Interpretação dos Resultados de Estimação.....	65
4.2.1 Análise inferencial.....	65
4.2.2 Modelo de regressão logística.	94
5. CONCLUSÕES	99
6. DELIMITAÇÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	101
6.1 Delimitações e Limitações do Estudo.....	101
6.2 Recomendações para Trabalhos Futuros	102
ANEXOS	103
Anexo I – Modelo de Questionário.....	103
Anexo II – Resultado da Aplicação dos Questionários.	108
Anexo III – Modelo da Carta enviada às Escolas.....	109
Anexo IV – Pedido de Autorização aos Encarregados de Educação.....	110
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	111

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 2.1.</i> Cronograma das datas de lançamento das redes sociais.....	6
<i>Figura 2.2.</i> Sítios de redes sociais em que os utilizadores têm perfil criado (%).....	9
<i>Figura 2.3.</i> Uso do Facebook pelas crianças, por país (%).	10
<i>Figura 2.4.</i> Sítios de redes sociais em que os utilizadores têm perfil criado, por faixa etária (%).....	11
<i>Figura 2.5.</i> Itens disponibilizados no perfil pessoal, por faixa etária (%).....	12
<i>Figura 2.6.</i> Uso da Internet em casa e/ou na escola (%).	12
<i>Figura 2.7.</i> Número de dias por semana do uso da internet.	14
<i>Figura 2.8.</i> N.º de horas gastas pelos adolescentes quando estão conectados.....	14
<i>Figura 2.9.</i> Tipos de redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes.....	15
<i>Figura 2.10.</i> Actividades nas redes sociais.....	15
<i>Figura 2.11.</i> Utilização de redes sociais: funcionalidades (%).	17
<i>Figura 2.12.</i> Utilização de redes sociais: nº pessoas na área de amigos, por faixa etária (%).....	19
<i>Figura 2.13.</i> Número de contactos por perfis de redes sociais para crianças, por país. .	20
<i>Figura 2.14.</i> Utilização de redes sociais: conhecimentos pessoais (%).	20
<i>Figura 2.15.</i> Utilização de redes sociais: motivos para ter aderido, por género (%).	21
<i>Figura 3.1.</i> Metodologia de Investigação.	24
<i>Figura 3.2.</i> Distribuição dos pedidos às escolas públicas por concelho (frequência absoluta).....	27
<i>Figura 3.3.</i> Taxa de resposta aos questionários por escola (frequência absoluta).....	28
<i>Figura 3.4.</i> Distribuição dos inquiridos por escola e por ciclo de estudos (frequência absoluta).....	30
<i>Figura 3.5.</i> Uso de redes sociais por género vs Não uso de redes sociais por género (frequência absoluta).....	31
<i>Figura 3.6.</i> Distribuição dos inquiridos que utilizam as redes sociais em função do conhecimento ou não dos pais do seu uso (%).	31
<i>Figura 3.7.</i> Representação gráfica dos limites, regiões e dos valores correspondentes de ε e Y	35

<i>Figura 3.8.</i> Representação gráfica do modelo proporcional-odds para 4 categorias de resposta e uma única variável explicativa X.....	36
<i>Figura 3.9.</i> Representação gráfica do modelo proporcional-odds para 4 categorias de resposta e uma única variável explicativa X.....	37
<i>Figura 4.1.</i> Utilização de redes sociais por concelho, por género e por faixa etária (frequência absoluta).....	40
<i>Figura 4.2.</i> Utilização de redes sociais: 1ª rede social utilizada e redes sociais mais utilizadas (frequência absoluta).	45
<i>Figura 4.3.</i> Utilização de redes sociais: número de conexões por perfis de redes sociais (frequência absoluta).....	49
<i>Figura 4.4.</i> Utilização de redes sociais: nacionalidade das pessoas a que estão conectados os adolescentes (%).	50
<i>Figura 4.5.</i> Utilização de redes sociais: nacionalidade dos amigos de redes sociais, por género (frequência absoluta).....	51
<i>Figura 4.6.</i> Utilização de redes sociais: Tempo gasto pelos adolescentes quando estão conectados (%).	54
<i>Figura 4.7.</i> Utilização de redes sociais: Grau de segurança, por escola (%).	61

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 2.1 <i>Actividades individuais realizadas no período de uma semana.</i>	16
Quadro 2.2 <i>Actividades online no último mês para as crianças.</i>	17
Quadro 3.1 <i>Etapas do processo utilizado para a recolha de dados.</i>	25
Quadro 3.2 <i>Distribuição dos inquiridos por faixa etária, escola e concelho.</i>	29
Quadro 3.3 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado para a independência.</i> ..	32
Quadro 4.1 <i>Listagem das variáveis a utilizar no estudo.</i>	39
Quadro 4.2 <i>Utilização de redes sociais: processo de descoberta da 1ª rede social utilizada.</i>	41
Quadro 4.3 <i>Utilização de redes sociais: processo de descoberta da 1ª rede social utilizada, por faixa etária e por concelho (frequência absoluta).</i>	42
Quadro 4.4 <i>Utilização de redes sociais: número de redes sociais utilizadas, por faixa etária e por concelho (frequência absoluta).</i>	46
Quadro 4.5 <i>Utilização de Redes Sociais: Tipo de pessoas a que os adolescentes estão conectados, por género e por concelho (frequência absoluta).</i>	53
Quadro 4.6 <i>Utilização de redes sociais: Tempo gasto pelos adolescentes quando estão conectados, por faixa etária (frequência absoluta).</i>	55
Quadro 4.7 <i>Utilização de redes sociais: Local de utilização.</i>	57
Quadro 4.8 <i>Utilização de redes sociais: Motivos para ter aderido, por faixa etária e por concelho (frequência absoluta).</i>	58
Quadro 4.9 <i>Utilização de redes sociais: Grau de segurança, por concelho, por género e por faixa etária (frequência relativa).</i>	62
Quadro 4.10 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: concelhos vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	66
Quadro 4.11 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: concelhos vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	67
Quadro 4.12 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: faixa etária vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	68
Quadro 4.13 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: faixa etária vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	69

Quadro 4.14 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: género vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	70
Quadro 4.15 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: género vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	71
Quadro 4.16 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: nível de escolaridade vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	72
Quadro 4.17 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: nível de escolaridade vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	73
Quadro 4.18 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: pais têm conhecimento ou não da utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	75
Quadro 4.19 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: tipo de pessoas a que estão conectados vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	76
Quadro 4.20 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: tipo de pessoas a que estão conectadas vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	77
Quadro 4.21 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: local de utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	78
Quadro 4.22 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: local de utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.</i>	80
Quadro 4.23 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivo de utilização vs tempo gasto nas RS.</i>	81
Quadro 4.24 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: motivo de utilização vs tempo gasto nas RS.</i>	82
Quadro 4.25 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivo de utilização vs faixas etárias.</i>	84
Quadro 4.26 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: motivo de utilização vs faixas etárias.</i>	85
Quadro 4.27 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivo de utilização vs género.</i>	87
Quadro 4.28 <i>Tabela dos valores observados e dos valores esperados: motivo de utilização vs género</i>	88
Quadro 4.29 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivos de utilização vs pais têm conhecimento da utilização das RS.</i>	90

Quadro 4.30 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: tipo de pessoas a que estão conectados vs pais têm conhecimento ou não da utilização das RS. .</i>	91
Quadro 4.31 <i>Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: processo de descoberta da 1ª RS vs tipo de pessoas a que estão conectados.</i>	93
Quadro 4.32 <i>Resultados da Estimação do Modelo Logit Ordenado.</i>	96

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- Escola 1 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de Condeixa-a-Nova
- Escola 2 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de Frei André da Veiga
- Escola 3 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de Marquês de Pombal
- Escola 4 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de Santa Clara
- Escola 5 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de São Miguel
- Escola 6 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de Sequeira (Agrupamento das Escolas Beatriz Ângelo)
- Escola 7 – Escola Básica do 2º e 3º Ciclos de Taveiro
- Escola 8 – Escola Secundária com 3º Ciclo de Padre António Macedo
- Escola 9 – Escola Secundária com 3º Ciclo de Manuel da Fonseca
- EU – União Europeia
- LINI – Lisbon Internet and Networks International Research Programme
- ME – Ministério da Educação
- NR – Não Respondeu/Não Resposta
- RL – Regressão Logística
- ROC - Receiver Operating Characteristic
- RS – Redes Sociais
- USA – Estados Unidos da América
- WIP – World Internet Project

1. INTRODUÇÃO

Actualmente, as redes sociais fazem parte do quotidiano de qualquer pessoa. Desta forma, o impacto na sociedade, em particular na adolescência, é inegável.

Ferreira e Miguel (2009, p. 21) afirmam que com a chegada da Internet e das redes sociais, onde a participação dos cidadãos e da própria cidadania continuam a alterar-se, ocorreram mudanças no modo como as pessoas encaram o facto de estarem activos, de participarem e terem sentido de pertença na vida social.

Neste sentido, este estudo pretende analisar os motivos que influenciam o tempo gasto pelos adolescentes portugueses nas redes sociais.

Para este estudo foi aplicado um questionário sobre uma amostra estratificada, que não se pretende que seja representativa mas significativa do ponto de vista qualitativo, a qual foi composta por adolescentes que frequentem o 2.º e o 3.º Ciclo do Ensino Básico num determinado número de concelhos, de modo a comparar diferentes áreas geográficas de Portugal, e identificar quais os adolescentes que mais tempo gastam nestas novas formas de convívio, e a verificar o(s) motivo(s) que leva(m) a este crescente aumento ou não na utilização das redes sociais.

1.1 Objectivos do Estudo

O objectivo deste estudo é saber quais os motivos que influenciam o tempo gasto pelos adolescentes nas redes sociais em Portugal.

Neste sentido, esta investigação teve como objectivos verificar: qual o tempo que os adolescentes gastam nas RS, qual o local onde as costumam utilizar e as razões de adesão às redes sociais, comparando a utilização em diferentes áreas geográficas de Portugal (Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém).

1.2 Fundamentação /Lógica

Este estudo tem como objectivo compreender quais as razões pelas quais os adolescentes portugueses aderem às redes sociais e o que influencia o tempo gasto nessa adesão. Este facto justifica que a investigação seja pertinente, uma vez que estes utilizadores são elementos de risco e porque nos dias de hoje as redes sociais são constantemente mencionadas na comunicação social, o que influencia os adolescentes a quererem “estar na moda”.

1.3 Formulação das Questões

O desenho da investigação deste trabalho teve como finalidade explorar e esclarecer a seguinte questão:

Por que motivo os adolescentes portugueses aderem às redes sociais?

Nesse sentido, e tendo em conta a revisão da literatura de alguns estudos (Ferreira e Miguel, 2009; Greenhow e Robelia, 2009; Samsudin, 2009), esta questão genérica decompõe-se nas seguintes mais específicas:

- i. Quais as redes sociais que utilizam actualmente?
- ii. A quantas pessoas estão associados nas redes sociais?
- iii. Quais as nacionalidades dos indivíduos a que os adolescentes estão conectados?
- iv. As pessoas a que estão conectados são de que tipo (e.g., amigos, familiares, colegas de escola, outros)?
- v. Quanto tempo gastam para estar nas redes sociais?
- vi. Quais os locais onde utilizam as redes sociais?
- vii. Quais os motivos pelos quais utilizam as redes sociais?
- viii. Qual o grau de segurança da utilização de redes sociais (nenhum, pouco, muito, razoável)?

1.4 Estrutura do Trabalho de Projecto

Este trabalho de projecto encontra-se estruturado em seis capítulos.

No capítulo 1, faz-se uma breve introdução ao tema, enquadrando os objectivos, a lógica e a questão de investigação.

No capítulo 2, faz-se uma análise teórica sobre o objecto de estudo, bem como uma tentativa de relacionar e analisar criticamente estudos realizados, que de alguma forma contribuíram para uma abordagem aprofundada sobre o objectivo principal deste trabalho de investigação.

No capítulo 3, descreve-se a metodologia utilizada, caracteriza-se a amostra e os procedimentos utilizados no tratamento dos dados.

No capítulo 4, são expostos e analisados os resultados obtidos.

No capítulo 5, são exibidas as conclusões obtidas na análise dos dados da amostra recolhida.

Por fim, são apresentadas as limitações do estudo e alguns aspectos a considerar em estudos futuros (capítulo 6).

2. REVISÃO DA LITERATURA

Com base na revisão da literatura efectuada no contexto deste estudo, procurou-se recorrer a referências que estudassem as redes sociais online e que identificassem as razões que levam os indivíduos, principalmente os adolescentes, a recorrer ao uso das RS.

2.1 As Redes Sociais: Definição e História

Boyd e Ellison (2008, p. 211) definem as redes sociais como

Serviços baseados na Web que permitem aos indivíduos: (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado; (2) articular uma lista de outros utilizadores com quem eles compartilham uma conexão; (3) ver e percorrer as suas listas de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema.

Outra possível definição do que se entende por RS, segundo o Duarte, Quandt e Souza (2008), consiste em

Uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objectivos comuns. Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. Redes não são, portanto, apenas uma outra forma de estrutura, mas quase uma não estrutura, no sentido de que parte de sua força está na habilidade de se fazer e desfazer rapidamente.

A seguir, vamos descrever a evolução das redes sociais ao longo do tempo.

O ICQ (anacrónimo feito com base na pronúncia do inglês I Seek You) foi um dos primeiros a permitir a troca de mensagens instantâneas através da internet, em 1996, e foi criado por Yair Goldfinger, Arik Vardi, Sefi Vigiser e Amnon Amir. Tinha o

objectivo de promover uma nova forma de comunicação pela internet. No ano seguinte, 1997, surgiu o AOL Messenger, que permitia a troca de mensagens instantâneas através da internet, seguido pelo MSN Messenger Service, em 1999, que foi lançado pela Microsoft e que era um serviço gratuito. No entanto, no perfil das redes sociais AIM¹ e do ICQ era possível ter listas de amigos, ainda que essas não fossem visíveis para os outros.

O sítio Classmates.com foi criado em 1995 por Randy Conrads e foi uma das primeiras redes sociais em funcionamento, pois permitia às pessoas registarem-se utilizando o nome de escolas ou de faculdades, e que uma pessoa procurasse na rede outros que também estivessem registados, no entanto, os utilizadores não podiam criar perfis ou listar amigos.

Por outro lado, e de acordo com Boyd e Ellison (2008), o SixDegrees, em 1997, foi a primeira rede social que permitiu aos utilizadores criar perfis e navegar através da lista dos amigos (esta característica só foi possível a partir de 1998). Desde então, estas têm crescido consideravelmente, sendo nos dias de hoje muito utilizadas quer pelos adolescentes quer pelas outras pessoas.

No período que decorreu entre 1997 e 2001, foi possível articular os perfis e a lista de amigos publicamente. Alguns sítios permitiram que os utilizadores pudessem criar um perfil pessoal, profissional ou para programar encontros, como é o caso do AsianAvenue, do Blackplanet, e do MiGente e também era possível identificar os amigos nos seus perfis (Boyd e Ellison, 2008).

Na figura 2.1 pode-se observar a evolução das redes sociais ao longo do tempo e, como é notório, a partir de 2004 é que se verifica um aumento significativo do número de redes sociais em actividade.

¹ AOL Instant Messenger

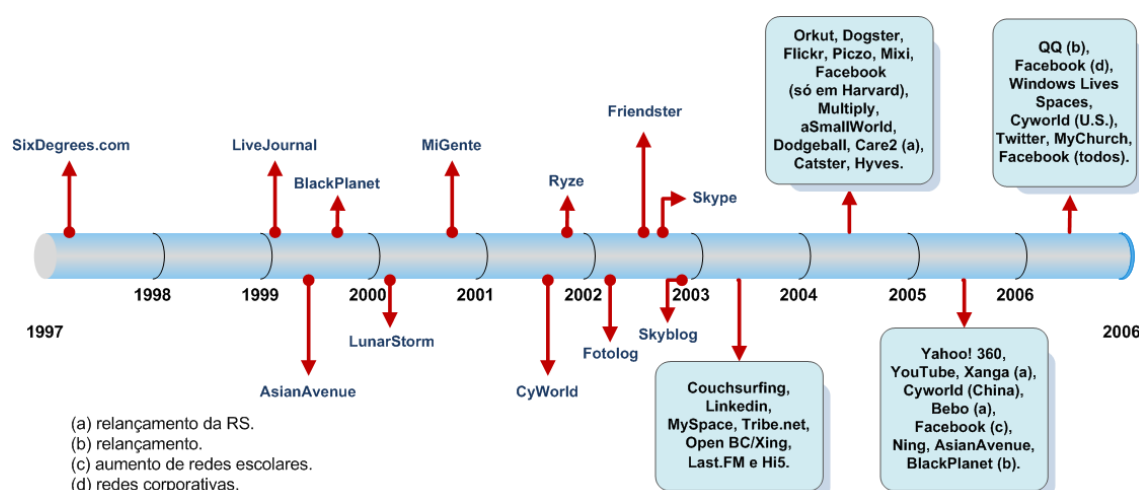


Figura 2.1. Cronograma das datas de lançamento das redes sociais.

Fonte: elaborado pela autora, com base em Boyd e Ellison (2008).

Como complemento ao estudo realizado por Boyd e Ellison (2008), os autores Gonçalves (2008) e Nunes (2011) apresentam uma breve história com algumas particularidades sobre as redes sociais referidas na figura anterior.

Assim, podemos dizer que, em 1999, surgiu o LiveJournal, o qual permitia aos utilizadores ver as páginas dos seus amigos e, em 2001, foram adicionadas a este sítio as características de uma rede social. O sítio Cyworld surgiu em 1999 e também ele adicionou características de RS em 2001. Em 2000 surgiu a rede social virtual LunarStorm (Suécia), a qual permitia incrementar o número de novos amigos e navegar nas suas áreas. No ano seguinte, 2001, surgiu a rede social Ryze.com, com a finalidade de ajudar as pessoas a incrementar as suas redes de relacionamento na área empresarial. A rede social Friendster foi lançada por Jonathan Adams em 2002, tendo por finalidade “ser um complemento” para o Ryze e competir com o Match.com, um lucrativo site de encontros.

Em Dezembro de 2002, foi fundada a rede social LinkedIn e o seu lançamento ocorreu em Maio de 2003, por Reid Hoffman. No mesmo ano, 2003, em Agosto, a rede social MySpace foi lançada por Brad Greenspan, Chris DeWolfe e Tom Anderson na Califórnia, com a finalidade de concorrer com sites como o Friendster, Xanga, e Asianavenue. Ainda neste mesmo ano, no sudoeste asiático surgiu a rede social Hi5.

A rede social Skype² surgiu em Agosto de 2003, com o objectivo de permitir a comunicação via texto, voz, vídeo e a possibilidade de realizar ligações telefónicas.

No decorrer dos anos de 2003 e de 2004, com o crescimento das redes sociais surgiu a possibilidade de criar páginas na internet para fins publicitários, o que deu origem à criação de redes sociais que tinham características específicas e eram focadas para uma determinada área, como era o caso do Flickr onde o objectivo era partilha de fotografias e o Last.FM para ouvir música.

No início de 2004, surgiu a rede social Dogster com o objectivo de aproximar utilizadores desconhecidos com interesses comuns.

A Google lançou a rede social Orkut em 19 de Janeiro de 2004, através do engenheiro turco Orkut Buyukkokten, tendo maior popularidade no Brasil, e tinha como objectivo fazer novas amizades, manter relacionamentos, participar em comunidades e ajudar os seus membros. Esta rede social apenas permite a entrada de novas pessoas através de convite de pessoas já registadas. A faixa etária predominante nesta rede social é a das pessoas mais jovens (até os 25 anos).

No mesmo ano, em Fevereiro, o estudante Mark Zuckerberg, de Harvard, lança a rede social Facebook com o fim entrar em contacto com os colegas da mesma universidade. A partir do início de Setembro de 2005, esta rede social expandiu-se ao meio profissional dentro das redes corporativas e, posteriormente, a todas as pessoas. Esta rede social permite a comunicação com um grupo de amigos seleccionados pelo utilizador, aceitar novos amigos, restringindo o acesso a pessoas desconhecidas, retirar uma pessoa do seu leque de amigos, partilhar mensagens, fotografias, vídeos, e muito mais.

A rede social YouTube foi lançada em Fevereiro de 2005 por três pioneiros do PayPal³ (sítio da Internet ligado a gestão de transferências bancárias) e permite aos seus utilizadores anexar, assistir e partilhar vídeos em formato digital. Em 2006, surgiram várias redes sociais, tais como: o MyChurch, com o objectivo de “unir” as igrejas cristãs e seus membros, a Windows Live Spaces da Microsoft (também conhecida por MSN Spaces); em Março é criada a rede social Twitter, sendo lançada em Julho desse mesmo ano por Jack Dorsey e pelo fundador da blogosfera, Evan Williams.

² Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Skype>

³ www.paypal.com

A rede social Myspace utiliza a Internet para comunicação on-line através de uma rede interactiva de fotos, blogs e perfis de utilizadores. Inclui um sistema interno de e-mail, fóruns e grupos.

Em relação à rede social Hi5, pode dizer-se que é uma comunidade social virtual que tem uma dinâmica parecida com o Orkut, porém, com recursos extras, como por exemplo escolher o visual do perfil, ouvir músicas, inserir vídeos e fotos, e é considerada a rede social mais segura em termos de privacidade.

A rede social Flickr permite aos utilizadores o armazenamento e a partilha de fotografias, e o contacto com outros utilizadores registados. Esta rede social permite dois tipos de perfis de utilizadores, um que tem um número limitado de espaço para armazenamento das fotos e outro com um número ilimitado de espaço e com estatísticas de visitas à sua página, entre outros benefícios.

A rede social Twitter permite comunicar com qualquer pessoa, onde todos podem seguir todos, e possibilita a partilha de informação sobre um produto ou serviço. Esta rede é limitada, uma vez que só permite colocar mensagens, procurar pessoas e colocar/receber mensagens curtas.

A rede social Windows Live Spaces teve como objectivo permitir aos seus utilizadores exprimirem-se, partilhar os seus pensamentos, fotografias e interesses. Em 2011, esta rede social foi extinta e todos os utilizadores foram migrados para o WordPress.com.

De acordo com Boyd e Ellison (2008), as redes sociais não têm a mesma importância em todas as regiões do mundo. Assim, o MySpace é mais popular nos EUA, o Friendster nas Ilhas do Pacífico e na Índia, o Orkut no Brasil, o Mixi no Japão, o LunarStorm na Suécia, o Hyves na Holanda, o Grono na Polónia, o Hi5 na América Latina, na América do Sul e na Europa, o Bebo no Reino Unido, na Nova Zelândia e na Austrália. Em relação aos serviços de blog com recursos de redes sociais, nos EUA destaca-se o Xanga, o LiveJournal e o Vox, em França o Skyrock e em todos os outros locais do mundo predomina o Windows Live Spaces.

Pode-se concluir que o crescimento das redes sociais influencia a mudança na organização das comunidades online.

2.2 Estudos Empíricos sobre as Redes Sociais

Um projecto recente conduzido pela rede EU Kids Online (2010) realizou um estudo sobre crianças e jovens dos 9 aos 16 anos utilizadores da Internet em toda a Europa, tendo constatado que

59% das crianças dos 9 aos 16 anos têm um perfil numa rede social – incluindo 26% com 9 ou 10 anos, 49% dos que têm 11 ou 12 anos, 73% dos de 13 ou 14 anos e 82% dos 15 ou 16 anos. As redes sociais são mais populares na Holanda (80%), Lituânia (76%) e Dinamarca (75%); e menos na Roménia (46%), Turquia (49%) e Alemanha (51%).

De acordo com a Internet Worldstats, o Facebook é utilizado por cerca de 3,869,780 milhões de internautas em Portugal, que é aproximadamente 50% da população portuguesa que utiliza a internet, cerca de 5,1 milhões, o que revela a grande dimensão que as redes sociais têm na actualidade, com uma grande adesão por parte dos utilizadores da internet.

No estudo desenvolvido por LINI (2010), cujo objectivo era estudar a utilização da Internet em Portugal em 2010, refere que no ano 2008, o Facebook é a rede social com maior número de utilizadores, seguida do MySpace, mas em 2010 a rede social que se destaca é o Hi5, com uma percentagem de 42,6% e a seguir é o Facebook com 39,7%, como se pode observar na figura 2.2.

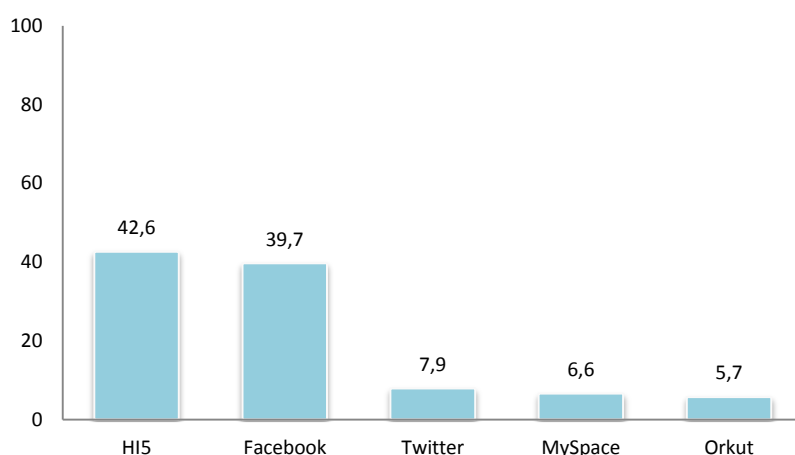


Figura 2.2. Sítios de redes sociais em que os utilizadores têm perfil criado (%).

Fonte: WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 30).

Segundo o estudo realizado por EU Kids Online (2011), e como se pode observar na figura 2.3, verifica-se de que no caso de Portugal, 51% das crianças utiliza o Facebook e 49% utiliza outras redes sociais.

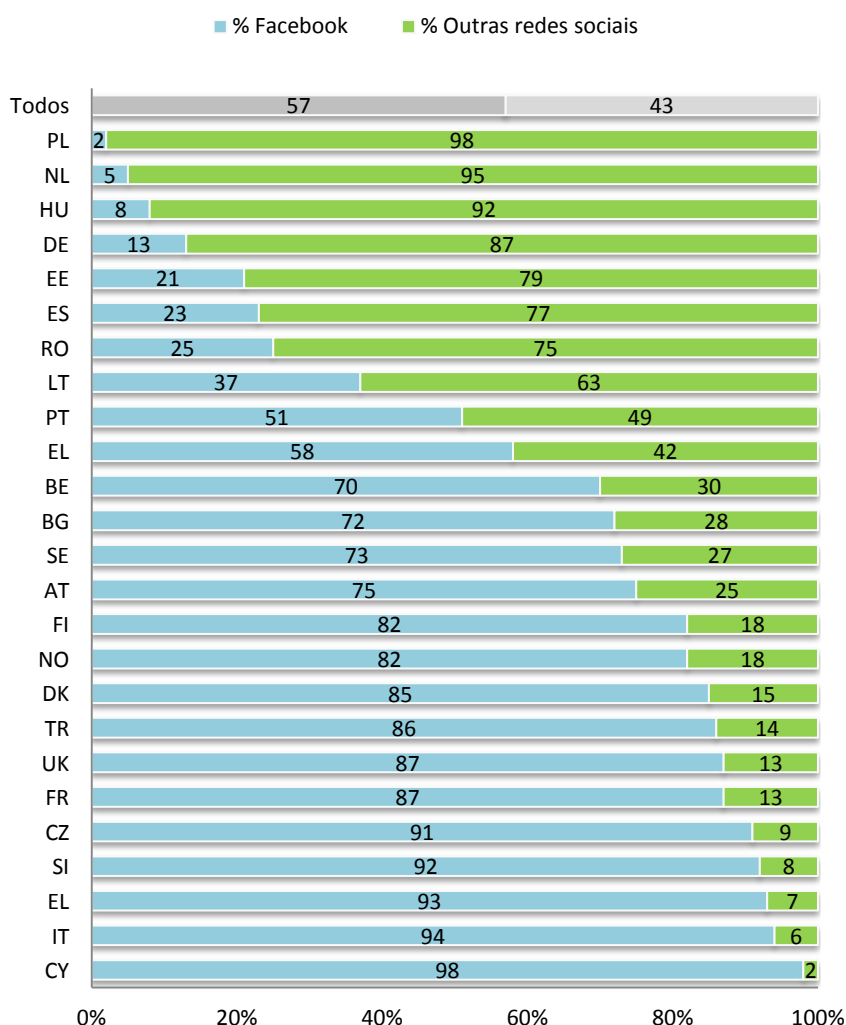


Figura 2.3. Uso do Facebook pelas crianças, por país (%).

Fonte: EU Kids Online (2011, p.34).

Segundo o estudo desenvolvido por LINI (2010, pág. 31) “a utilização das redes sociais decresce à medida que a faixa etária aumenta”, e “os utilizadores com maior expressão quantitativa são os mais jovens”. Como se pode observar na figura 2.4, constata-se que: (1) os utilizadores com faixa etária inferior a 25 anos têm uma percentagem de 51% no Myspace e 50% no Twitter; (2) no Hi5 e no Facebook os utilizadores com faixa etária inferior a 25 anos têm uma representação de 45,8% e 42,3%, respectivamente; e (3) a rede social Orkut é a rede com maior representação de

indivíduos de faixa etária igual ou superior a 25 anos, existindo uma ligeira aproximação entre o escalão dos 15 aos 24 anos (37,5%) e o escalão dos 25 aos 34 anos (31,3%) (LINI, 2010).

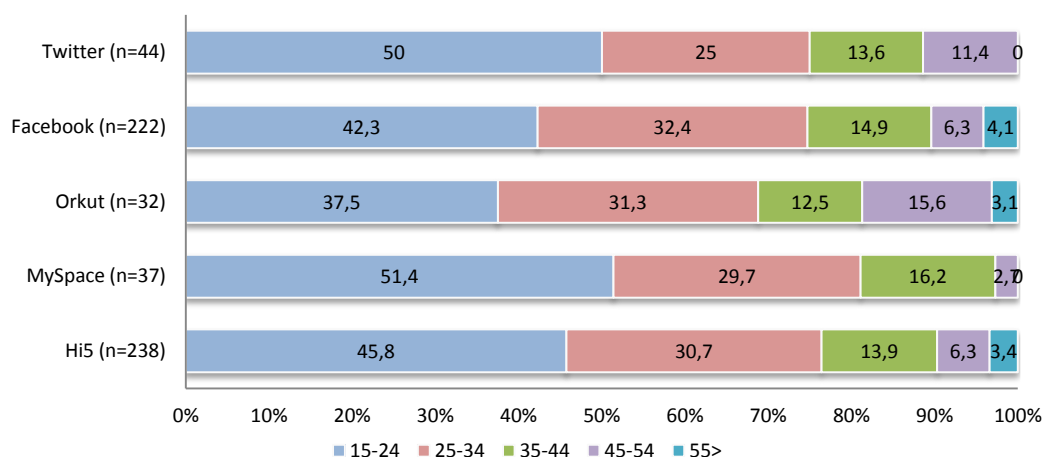


Figura 2.4. Sítios de redes sociais em que os utilizadores têm perfil criado, por faixa etária (%).

Fonte: WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 31).

Relativamente aos itens disponibilizados no perfil pessoal das redes sociais, LINI (2010) revela que existe uma percentagem inferior dos utilizadores com faixa etária superior a 55 anos quando comparada com os utilizadores com faixa etária inferior a 55 anos. Constatam-se pela figura 2.5 que: (1) no escalão acima dos 55 anos, a informação mais divulgada é o nome (88,2%) e em seguida os interesses (64,7%); (2) nos escalões intermédios o dado pessoal mais divulgado é o nome e a localidade (77,8% para o escalão dos 35 aos 44 anos e 83,3% para o escalão dos 45 aos 54 anos); e (3) e no escalão mais jovem a data de nascimento é a informação mais divulgada (80,5% entre os 15 e os 24 anos e 81,3% dos 25 aos 34 anos) (LINI, 2010).

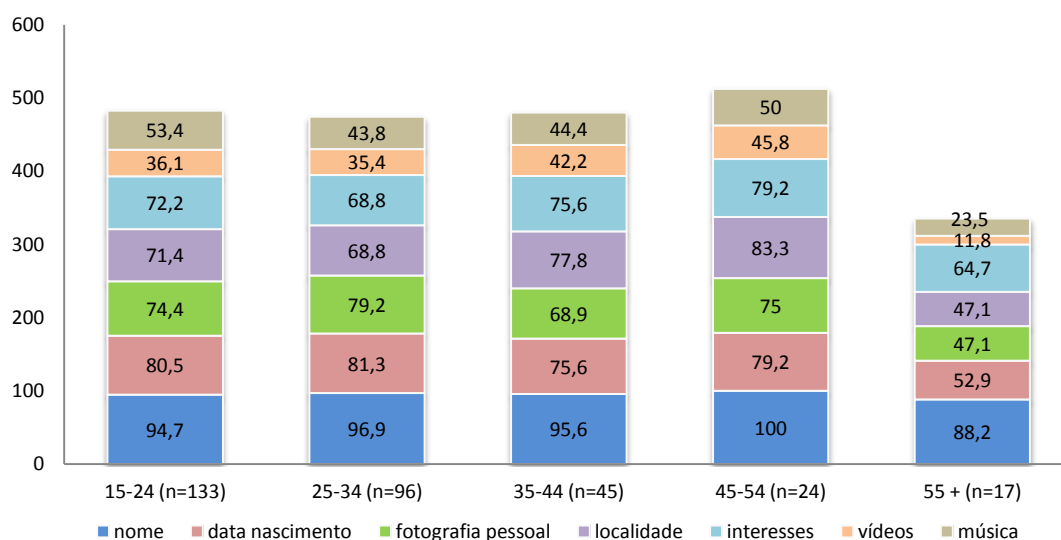


Figura 2.5. Itens disponibilizados no perfil pessoal, por faixa etária (%).

Fonte: WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 33).

Um estudo sobre a utilização que as crianças fazem da Internet (European Commission, 2008) revela que 75% das crianças entre os 6 e os 17 anos, dos 27 países da União Europeia, já utilizam a Internet e esta percentagem continua com tendência para o crescimento (Novo, 2009, p 334).

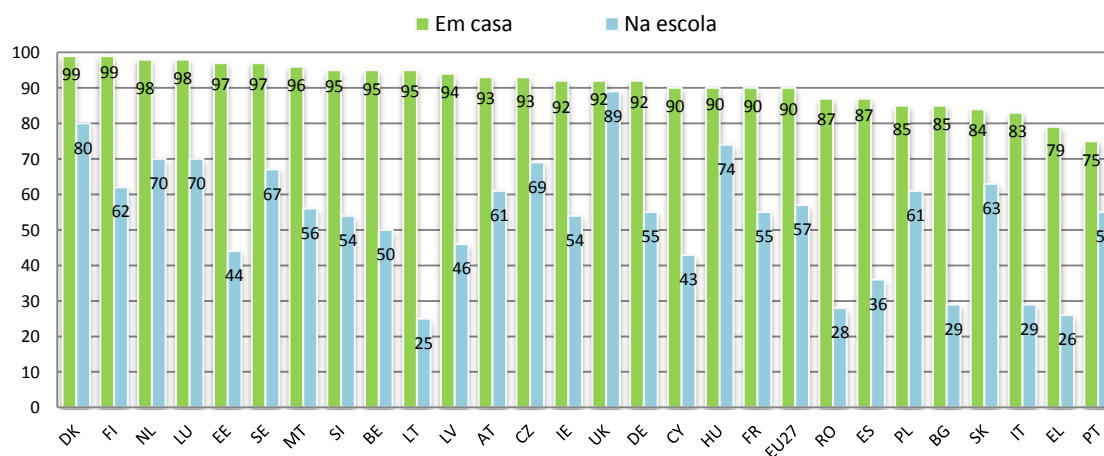


Figura 2.6. Uso da Internet em casa e/ou na escola (%).

Fonte: European Commission (2008, p. 6).

Quanto ao local onde as crianças utilizam a internet (em casa e/ou na escola), pode concluir-se pela análise da figura 2.6 que o fazem mais em casa do que na escola.

De acordo com Greenhow e Robelia (2009),

Desde a introdução das redes sociais no final dos anos 1990, estas têm atraído milhões de utilizadores. Relatórios recentes sugerem que a maioria dos adolescentes nos EUA que estão online (55%) criam um perfil pessoal num sítio de redes sociais como o MySpace ou o Facebook (Lenhart e Madden, 2007), e, ao visitar as suas páginas todos os dias, acabam por lhes dedicar em média cerca de 9 horas por semana.⁴

Este estudo teve como perguntas a que esta investigação pretendia responder as seguintes:

Quando está normalmente na rede social MySpace o que costuma fazer lá?

Porquê e Quanto tempo está online?

Porque utiliza o Myspace?

Com quem se comunica? E como?

Quando visita as áreas de outras pessoas o que é que faz lá?

Quando recebe um pedido de amizade o que é que o faz aceitar?

Greenhow e Robelia (2009) referem que os adolescentes quando não podem estar presentes fisicamente, porque estão a trabalhar em part-time devido às suas dificuldades económicas, mantêm-se ligados às redes sociais para manter as amizades e compensar o facto de não poderem estar presentes fisicamente.

Nos casos em que existe o factor distância, o mesmo estudo revela ainda que os adolescentes utilizam as redes sociais para se manterem em contacto e assim fortalecer as relações familiares (Greenhow e Robelia, 2009).

Um estudo realizado sobre o uso de redes sociais entre os adolescentes na Malásia (Samsudin, 2009), refere que a crescente utilização das redes sociais tem um impacto na adesão por parte dos adolescentes, o que leva a que algumas tenham o cuidado de limitar a sua utilização a adolescentes com faixa etária inferior a 13 anos (Social Networking Sites Review, 2009).

⁴ Since their introduction in the late 1990's, SNSs have attracted millions of users. Recent reports suggest that a majority of online teens (55%) in the U.S. have created a personal profile on a social network site like MySpace or Facebook (Lenhart & Madden, 2007) and visit their social network site daily, devoting an average of 9 hours a week to the network (Greenhow e Robelia, 2009).

Por outro lado, os adolescentes que têm idades entre 13 e 15 anos estão sujeitos a vários perigos, pelo facto de aceitarem o convite de qualquer pessoa para seu “amigo” (Samsudin, 2009).

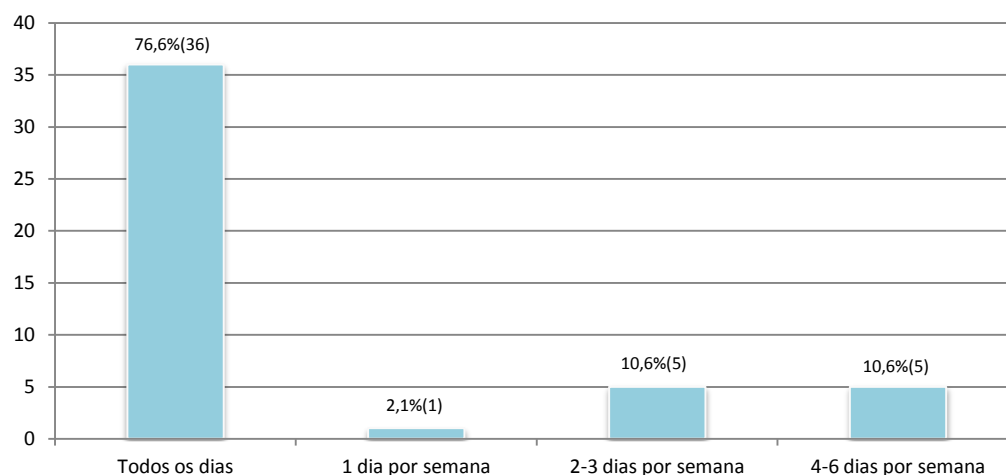


Figura 2.7. Número de dias por semana do uso da internet.

Fonte: Samsudin (2009).

Na figura 2.7, podemos verificar que, de acordo com o estudo de Samsudin (2009) sobre o número de dias por semana do uso da internet, 76,6% dos adolescentes utilizam a internet todos os dias.

De acordo com o mesmo estudo (Samsudin, 2009), o número de horas que um adolescente gasta cada vez que está ligado às redes sociais é o representado na figura abaixo.

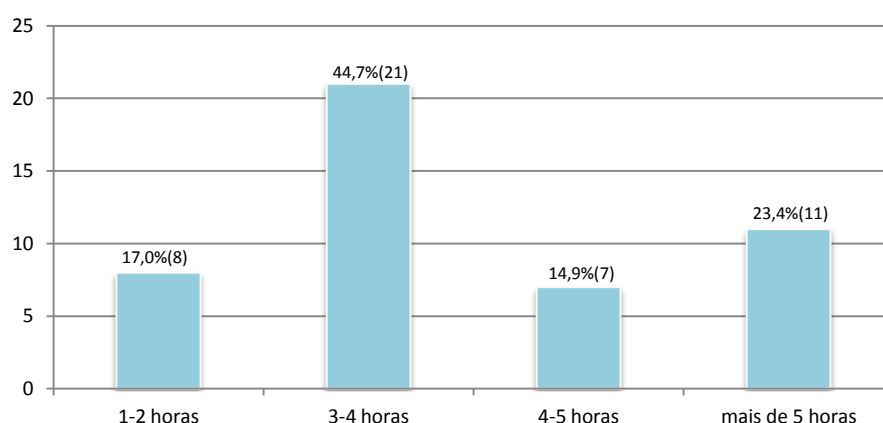


Figura 2.8. N.º de horas gastas pelos adolescentes quando estão conectados.

Fonte: Samsudin (2009).

A figura seguinte permite visualizar, ainda no âmbito daquele estudo, as redes sociais que atraem mais os adolescentes (Facebook, Friendster, Twitter e MySpace).

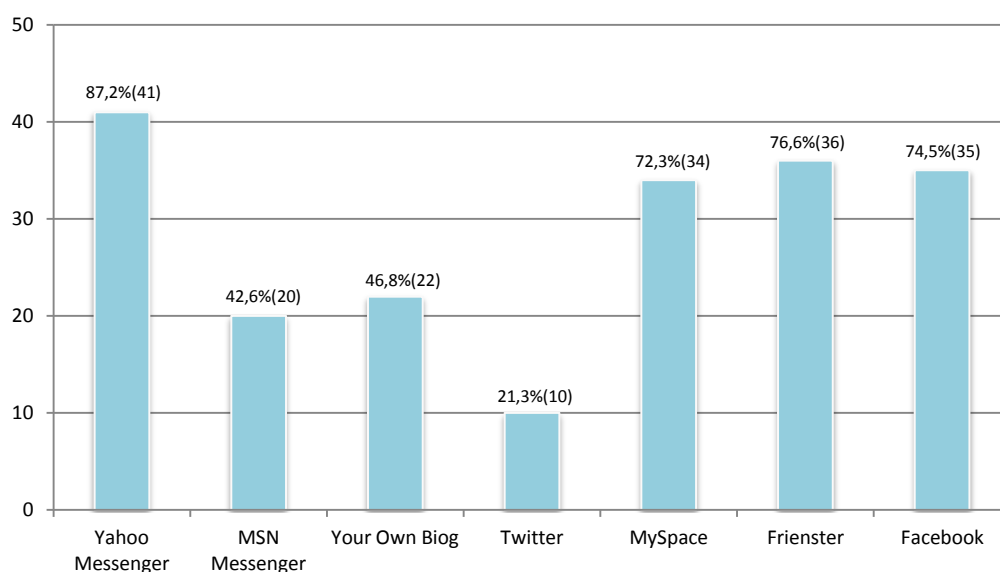


Figura 2.9. Tipos de redes sociais mais utilizadas pelos adolescentes.

Fonte: Samsudin (2009).

As razões pelas quais os adolescentes utilizam a internet são a actualização do seu perfil nas redes sociais, estarem a comunicar entre eles, fazer downloads de ficheiros, jogar, partilhar ficheiros, consultar o email, fazer novos amigos, fazer comentários, entre outros (Samsudin, 2009). Isto pode ser visualizado na figura 2.10.

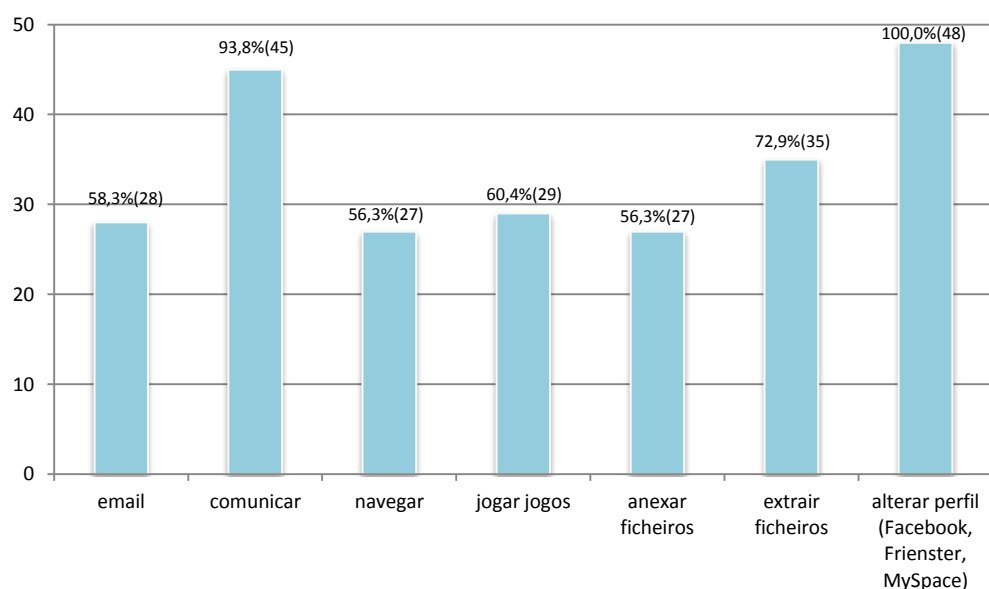


Figura 2.10. Actividades nas redes sociais.

Fonte: Samsudin (2009).

Em relação às actividades individuais realizadas no período de uma semana, Samsudin (2009) refere que a acção que os adolescentes desenvolvem mais durante uma semana quando estão conectados ao Facebook é a de “fazer comentários” (282), em segundo é “fazer novos amigos” (104) e em terceiro é para fazer “Online Quizzes” (91). Isto pode ser verificado no quadro a seguir.

Quadro 2.1 *Actividades individuais realizadas no período de uma semana.*

Actividades ⁵	Estudantes										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mudar Estado	19	13	5	11	1	1	4	23	6	6	89
Alterar Perfil								2			
Fazer Novos Amigos	29	15	6	7	2	11	2	16	4	12	104
Jogar Jogos	2	13		2		4	8	12	1	4	46
Testes Online	7	21	3	15	6	12	4	16	6	1	91
Fazer Comentários	71	26	14	52		1	1	79	18	20	282
Anexar/extrair/partilhar Ficheiros					4						4
Anexar/extrair/partilhar Fotos				12				7	1	5	25
Anexar/extrair/partilhar Vídeos	1	3		1	1			1			7
Publicar Ligações	4	1	1		1			2			9
“Etiquetar” Amigos											
Participar em Grupos			4			2				1	7
Tornar-se um <i>fã</i>	4	5		2			1			1	13

Fonte: Samsudin (2009).

Em relação à utilização das redes sociais, o estudo realizado por LINI (2010) refere que a funcionalidade mais importante é o “uso das ferramentas de comunicação”, com uma percentagem de 84,4% para o envio de mensagens e 47,9% para o serviço chat. Ainda menciona que a segunda funcionalidade é a “procura ou sugestão a outros amigos para adicionar à rede”, com 47,3%, e a seguinte é a “criação de álbuns para partilha de fotografias”, com 46,3%. Isto pode ser visualizado na figura 2.11.

⁵ Activities; Change Status; Update profile; Make New Friends; Play Games; Inline Quizzes; Make Comments; Upload/Download/Share Files; Upload/Download/Share Pics; Upload/Download/Share Videos; Posted Links; Tag Friends; Join Groups; Become a fan of.

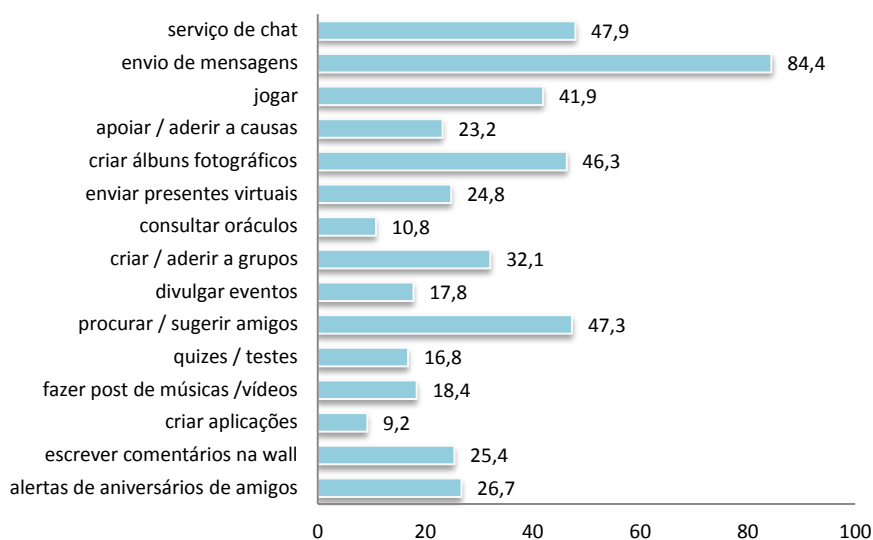


Figura 2.11. Utilização de redes sociais: funcionalidades (%).

Fonte: WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 34).

De acordo com o estudo realizado pelo EU Kids Online (2011), as várias actividades online para as crianças no último mês são as que constam no quadro a seguir.

Quadro 2.2 Actividades online no último mês para as crianças.

% DE QUEM ... ⁶	9- 12 ANOS DE IDADE		13- 16 ANOS DE IDADE		TODOS
	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	
Usou a internet para trabalhos escolares	79	82	87	90	85
Jogou jogos na internet ou no computador	86	84	88	71	83
Viu vídeos	66	64	87	85	76
Visitou um perfil da rede social	40	42	80	81	62
Utilizou mensagens instantâneas	43	47	76	77	62

(continua)

⁶ % who have..., Used the internet for school work, Played internet games on your own or against the computer, Watched video clips, Visited a social networking profile, Used instant messaging, Sent/received email, Read/watched the news on the internet, Played games with other people on the internet, Downloaded music or films, Put (or posted) photos, videos or music to share with others, Used a webcam, Put (or posted) a message on a website, Visited a chatroom, Used file sharing sites, Created a character, pet or avatar, Spent time in a virtual world, Written a blog or online diary, Average number of activities.

Quadro 2.2 (continuação)

% DE QUEM ... ⁷	9- 12 ANOS DE IDADE		13- 16 ANOS DE IDADE		TODOS
	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	
Enviou/recebeu <i>email</i>	42	47	74	76	61
Leu/viu as notícias na internet	38	36	60	57	48
Jogou jogos com outra pessoa na internet	47	33	63	33	44
Extraíu músicas ou filmes	27	26	61	56	44
Colocou fotos, vídeos ou música para partilhar com outros	22	24	54	55	39
Usou a câmara de vídeo	23	25	37	38	31
Colocou mensagens num sítio	18	19	44	40	31
Visitou uma “sala de conversa”	14	14	35	28	23
Utilizou sítios que partilham ficheiros	11	8	30	22	18
Criou uma personagem, animal de estimação ou avatar	20	17	21	13	18
Gastou tempo num mundo virtual	15	14	21	12	16
Escreveu num <i>blog</i> ou num diário online	4	6	15	18	11
Nº médio de actividades	5.7	5.4	9.0	8.1	7.1

Fonte: EU Kids Online (2011, p.34).

Pela análise deste quadro, verifica-se que as crianças com idades compreendidas entre os 9 e os 16 anos utilizam mais a internet para trabalhos escolares (85%), a seguir para jogar jogos (83%) e em terceiro lugar para ver vídeos (76%) (EU Kids Online, 2011).

No contexto do número de amigos nas RS, o relatório do LINI (2010) refere que a faixa etária acima dos 55 anos tem menos amigos comparando com as faixas etárias mais jovens. Com base na figura 2.12, verifica-se que a faixa etária acima dos 55 anos

⁷ % who have..., Used the internet for school work, Played internet games on your own or against the computer, Watched video clips, Visited a social networking profile, Used instant messaging, Sent/received email, Read/watched the news on the internet, Played games with other people on the internet, Downloaded music or films, Put (or posted) photos, videos or music to share with others, Used a webcam, Put (or posted) a message on a website, Visited a chatroom, Used file sharing sites, Created a character, pet or avatar, Spent time in a virtual world, Written a blog or online diary, Average number of activities.

representa 17,6% dos que têm menos de 10 pessoas, enquanto a faixa etária abaixo dos 55 anos tem um leque superior a 100 pessoas, representando 50,4% no grupo de 15 aos 24 anos e 50% no grupo dos 25 aos 34.

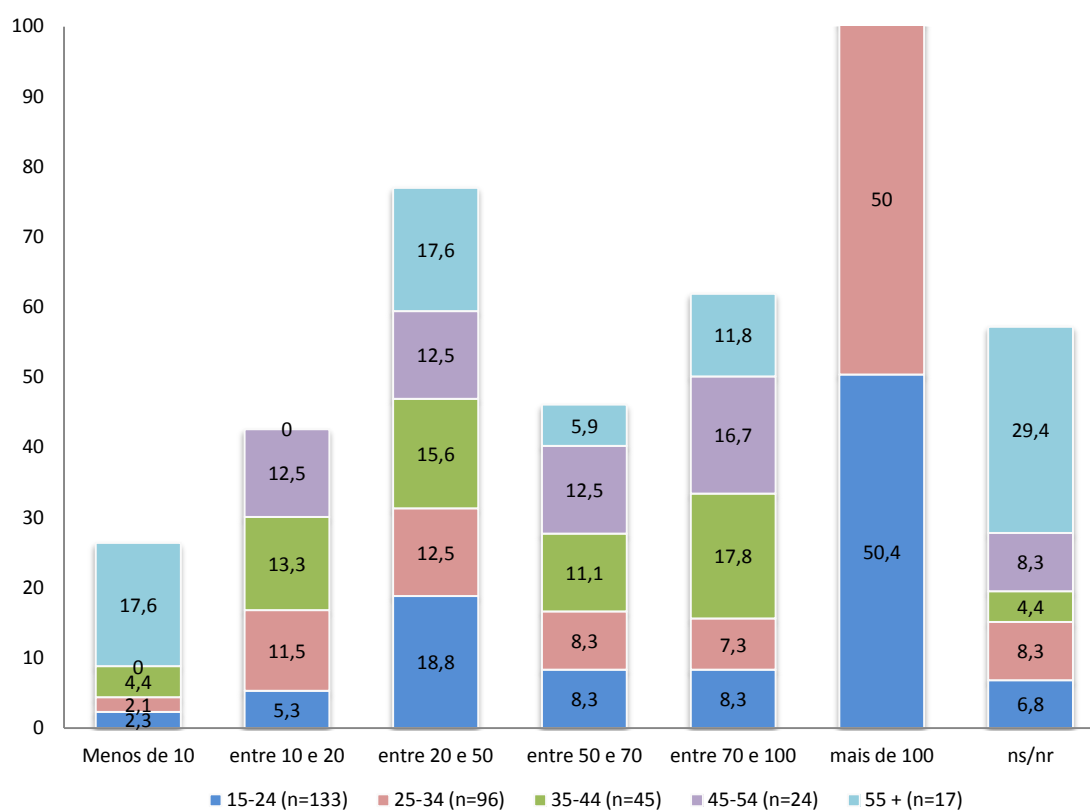


Figura 2.12. Utilização de redes sociais: nº pessoas na área de amigos, por faixa etária (%).

Fonte: : WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 38).

Quanto ao número de contactos por rede social, o estudo realizado por EU Kids Online (2011) revelou que, no caso de Portugal, 14% possuem mais de 300 contactos nas RS, 13% enquadram-se no intervalo de 101 a 300 contactos e no intervalo de 51 a 100 contactos, 25% enquadram-se no intervalo de 11 a 50 contactos, e por fim 34% tem menos de 10 contactos. Isto pode ser verificado na figura a seguir.

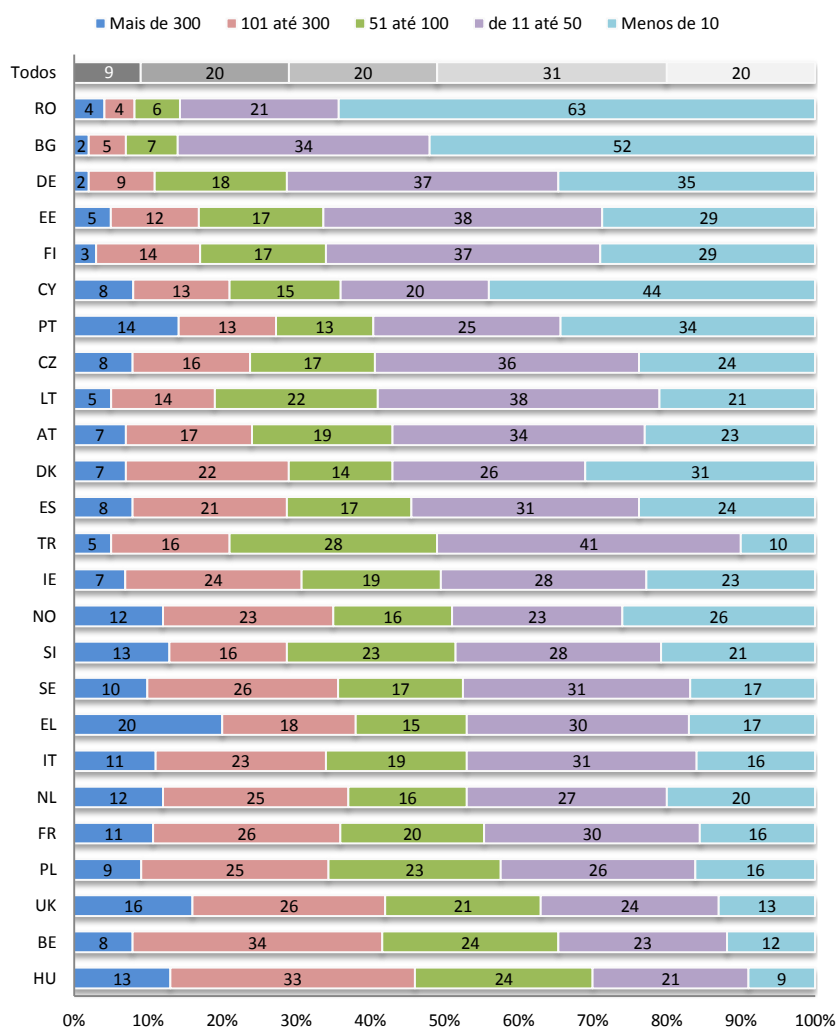


Figura 2.13. Número de contactos por perfis de redes sociais para crianças, por país.

Fonte: EU Kids Online (2011, p.38).

Em relação ao tipo de amigos virtuais nas RS, LINI (2010) refere que 78% dos utilizadores afirmam ter maioritariamente pessoas de conhecimento pessoal na sua lista de amigos virtuais, e 22% declaram estar relacionados com pessoas que não conhecem pessoalmente, como se pode verificar na figura 2.14.

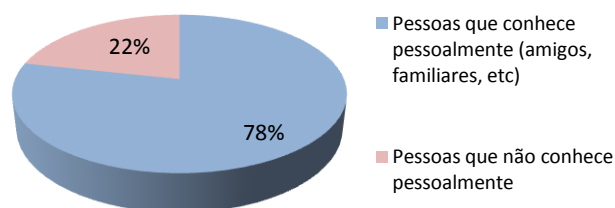


Figura 2.14. Utilização de redes sociais: conhecimentos pessoais (%).

Fonte: WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 38).

O estudo de LINI (2010) revela que o motivo com maior relevância para aderir às RS difere para as mulheres e para os homens.

No estudo já referido e de acordo com a figura 2.15, verifica-se que: (a) para o caso das mulheres, o motivo principal é a possibilidade de manter contactos à distância com pessoas conhecidas, com 87,9%, a seguir é de a maioria das pessoas que conhecem estarem presentes nestes sítios, com 82,4%, e em terceiro é a possibilidade de fortalecer laços sociais pré-existentes a estas redes, com 80,6%; (b) para o caso dos homens, o motivo principal é a possibilidade de partilha de pensamentos, comentários, vídeos, fotos, com 89,3%, a seguir é o contacto com pessoas que estão longe com 87,3%, e em terceiro é de a maioria das pessoas que conhecem estarem presente nestes sítios, com 86%; e (c) o conhecimento de pessoas novas e os motivos profissionais são mais relevantes para os homens (84% e 42%) do que para as mulheres (73,9% e 38,2%).

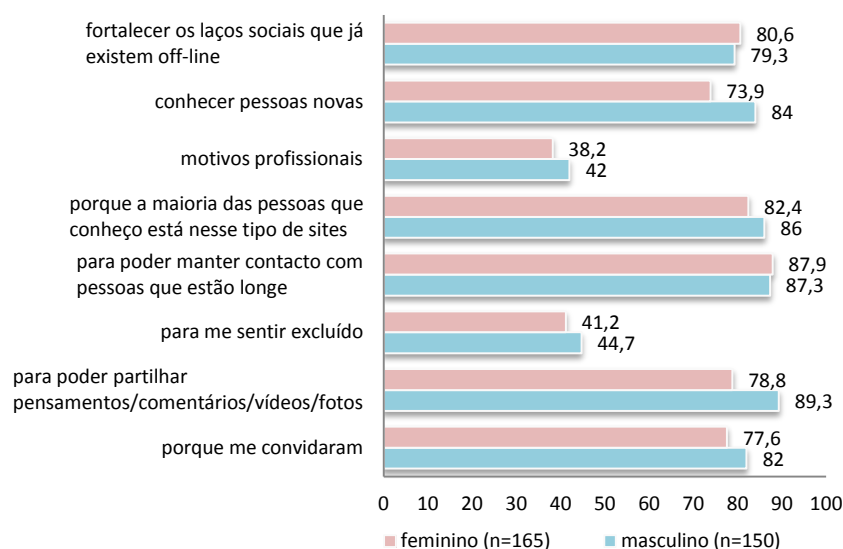


Figura 2.15. Utilização de redes sociais: motivos para ter aderido, por género (%).

Fonte: WIP Portugal 2010 e LINI (2010, p. 40).

Em conclusão, e de acordo com estes estudos, constata-se que as redes sociais são cada vez mais utilizadas pelos adolescentes, aumentando assim o perigo a que os mesmos estão sujeitos ao se exporem publicamente nestas novas formas de comunicação (Samsudin, 2009; Greenhow e Robelia, 2009).

3. METODOLOGIA

3.1 Introdução

Nesta fase do trabalho de investigação, após a revisão da literatura (capítulo 2) sobre o tema das redes sociais no mundo dos adolescentes, é importante e necessário estudar a questão relativa à metodologia de investigação.

Quanto ao desenho da investigação e sua adequação ao tema estudado, é utilizado o método quantitativo para recolha de dados (*e.g.* inquéritos) e o seu tratamento estatístico.

Com a finalidade de analisar o tempo gasto pelos adolescentes portugueses na adesão às RS e quais os motivos dessa adesão, pretendeu-se fazer um estudo aos alunos que frequentem o 2.º e o 3.º ciclo do Ensino Básico nos Concelhos de Coimbra, de Condeixa-a-Nova, da Guarda, de Pombal e de Santiago do Cacém no Ensino Público.

3.2 Instrumentos Utilizados

No trabalho de investigação deste projecto, seguiu-se a abordagem evidenciada nos estudos indicados (Ferreira e Miguel, 2009; Greenhow e Robelia, 2009; Samsudin, 2009) como uma forma de abordagem que permite retirar algumas conclusões, ou seja, a via de questionário a uma amostra de adolescentes.

Também se teve como “guia” a estrutura de um questionário efectuado pelo Instituto de Higiene e Medicina Tropical da Universidade Nova de Lisboa que pretendia saber a opinião dos imigrantes, a viver no território nacional, sobre a saúde e os acessos aos cuidados de saúde, bem como de um questionário elaborado por Paiva (2002) que tinha como objectivo realizar um estudo a nível nacional sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no ensino.

Após uma análise dos estudos enunciados no capítulo anterior deste trabalho de projecto, sobre a revisão da literatura, e dos questionários supra mencionados, foi cruzada a informação e introduzidas as questões para cada um dos itens enumerados nos pontos anteriores.

O resultado foi um questionário composto por 21 perguntas (vide Anexo I), dividido em duas partes: uma primeira parte consiste na identificação das características sócio-demográficas dos participantes e uma segunda parte é constituída por questões mais relacionadas com o uso das RS.

Assim, na primeira parte do questionário é questionada a faixa etária, o género, a nacionalidade, o nível de escolaridade que frequenta, a composição do agregado familiar, as habilitações literárias e a actividade profissional dos pais, e se utiliza ou não as RS.

A parte seguinte do questionário tem como objectivo determinar quais as RS que os adolescentes actualmente utilizam, a quantas pessoas estão associados nas RS, qual a nacionalidade e o tipo de indivíduos a que estão conectados (e.g., familiares, amigos, colegas de escola), o tempo que gastam para as RS, o local físico onde costumam aceder às RS (e.g., em casa, na escola), o grau de segurança e as razões que os levam a aderir às redes sociais.

Em relação às questões fundamentais para este estudo (a partir da pergunta n.º 10 - vide Anexo I), elas são maioritariamente questões semi-fechadas, ou seja, são constituídas por várias opções de resposta, dando a hipótese ao inquirido de acrescentar novas opções de resposta à questão em causa.

Para fins estatísticos da análise de dados, foi utilizado o Excel para a análise de independência das variáveis relevantes para o presente estudo e como software foi utilizado o R Project (versão 2.12.2) para a estimação do efeito de um conjunto de variáveis sobre o efeito dos motivos que influenciam o tempo gasto pelos adolescentes nas redes sociais. Para a estimação do efeito de um conjunto de variáveis sobre o efeito dos motivos que influenciam o tempo gasto pelos adolescentes nas redes sociais foi aplicado o modelo de regressão logística.

3.3 Percurso da Metodologia de Investigação

Como é referido por Aguiar (2007, p. 78), existem 5 pontos básicos do desenho de um projecto de investigação a considerar: (1) o propósito do estudo, (2) o tipo de investigação, (3) o horizonte temporal, (4) a unidade de análise e (5) o ambiente de investigação.

Foi considerada mais uma fase (6) que é a dos resultados da análise dos dados.

Segundo Aguiar (2007, p. 79), um propósito de estudo depende do objectivo de investigação.

Neste estudo, passou-se por 6 fases, as quais podem ser visualizadas na figura 3.1.

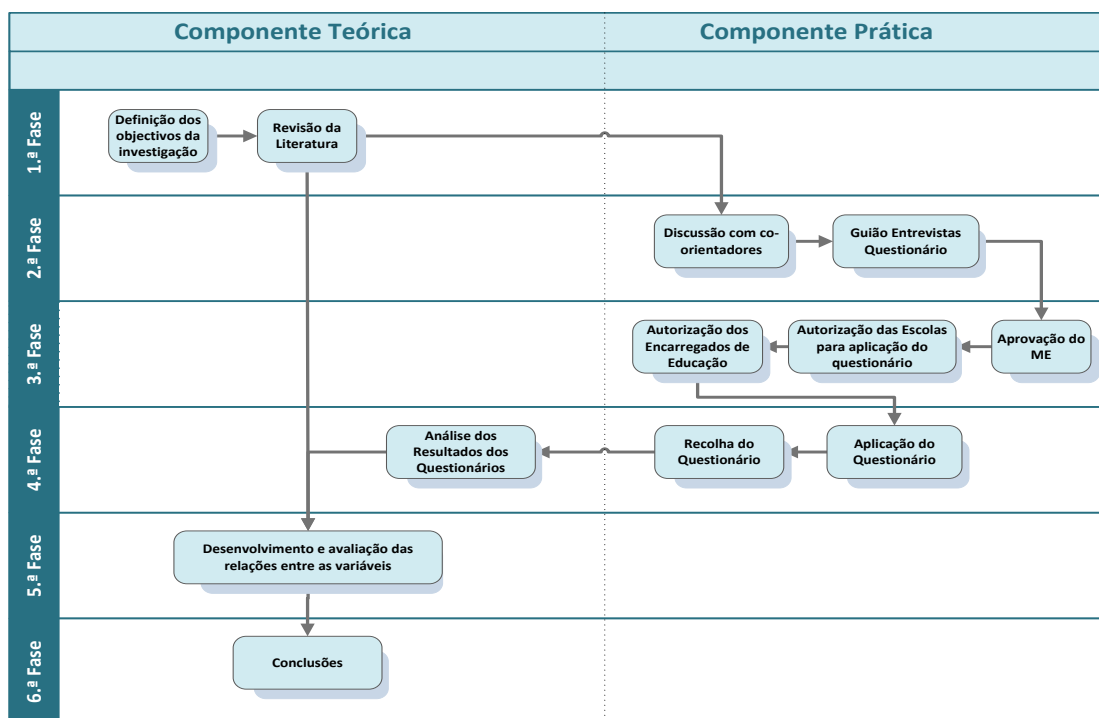


Figura 3.1. Metodologia de Investigação.

Fonte: elaborado pela autora, com base em Antunes (2008, p. 8).

Em relação ao tipo de investigação, realizou-se um estudo seccional com base em dados que reflectam a situação num dado momento, procurando fazer testes de hipóteses (Aguiar, 2007, p. 97).

Quanto à unidade de análise, adoptou-se um estudo de campo como é referido na tese de Aguiar (2007, p. 97).

Desta forma, e com a finalidade de determinar quais os factores que levam os adolescentes a utilizar as redes sociais em Portugal, realizamos um estudo aos alunos que frequentem o 2.º e o 3.º ciclo do Ensino Básico nos concelhos de Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém no Ensino Público.

Para a concretização deste estudo, estiveram envolvidos muitos sujeitos e participantes. Primeiramente, foi necessário pedir uma autorização ao Ministério da Educação.

Após a aprovação do questionário submetido ao Ministério de Educação, passou-se para a fase da aceitação por parte das escolas públicas do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico para a aplicação do questionário.

Nesta fase, e após inúmeros contactos (via correio, email, telefone), foi pedida autorização às escolas públicas dos cinco concelhos enunciados. Foram inicialmente seleccionadas algumas das escolas públicas nos concelhos de Guarda, Coimbra e Santiago do Cacém. Como no concelho de Coimbra a taxa de respostas positivas foi muito reduzida, foi necessário alargar a amostra aos concelhos de Condeixa-a-Nova e de Pombal de forma a obter uma amostra satisfatória para o estudo em causa.

Após obtermos uma taxa de resposta satisfatória por parte das escolas, e um acordo com as mesmas sobre a tramitação para a aplicação do inquérito, foram enviadas a cada uma das escolas, por correio ou por deslocação pessoal, as cópias relativas ao pedido de autorização aos encarregados de educação e as cópias dos inquéritos.

A tramitação relativa ao pedido de autorização aos encarregados de educação e a aplicação do inquérito aos adolescentes que frequentem o 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico foi realizada pelas respectivas escolas.

O percurso realizado desde o pedido ao ME até à recolha dos dados resume-se no seguinte quadro 3.1.

Quadro 3.1 *Etapas do processo utilizado para a recolha de dados.*

ETAPAS	ESPAÇO TEMPORAL
Pedido ao ME	Meados de Novembro de 2010
Autorização do ME	Meados de Janeiro de 2011

(continua)

Quadro 3.1 (continuação)

ETAPAS	ESPAÇO TEMPORAL
Pedido às Escolas e	De Fevereiro a Março de 2011
Autorização das Escolas	
Pedido aos Encarregados de Educação	De Fevereiro e Abril de 2011
Autorização dos Encarregados de Educação	De Março a Maio de 2011
Aplicação dos Questionários pelas Escolas	
Recolha dos Questionários	De Abril a Junho de 2011

Neste estudo salvaguardaram-se os direitos dos inquiridos, respeitando e valorizando a sua disponibilidade e participação. Por outro lado, como as respostas foram centrais à investigação que se desenvolveu, foi também assegurada a sua credibilidade.

A partir do inquérito determinou-se quais as RS que actualmente utilizam, a quantas pessoas estão associados nas RS, qual a nacionalidade e o tipo de indivíduos a que estão conectados (amigos, familiares, colegas de escola, outros), o tempo que os adolescentes gastam para as RS, o local físico onde costumam aceder às RS (e.g., em casa, na escola), o grau de segurança (nenhum, pouco, razoável, muito) e as razões que os levam a aderir às redes sociais, comparando a sua utilização em cinco concelhos de Portugal (Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém).

3.4 Segmentação da População e Obtenção da Amostra

Para a segmentação da população, foram contactadas quinze escolas públicas distribuídas pelos concelhos de Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém (Anexo II). Como se pode visualizar na figura 3.2, no concelho de Coimbra só uma das sete escolas contactadas é que autorizou a aplicação do questionário aos adolescentes do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

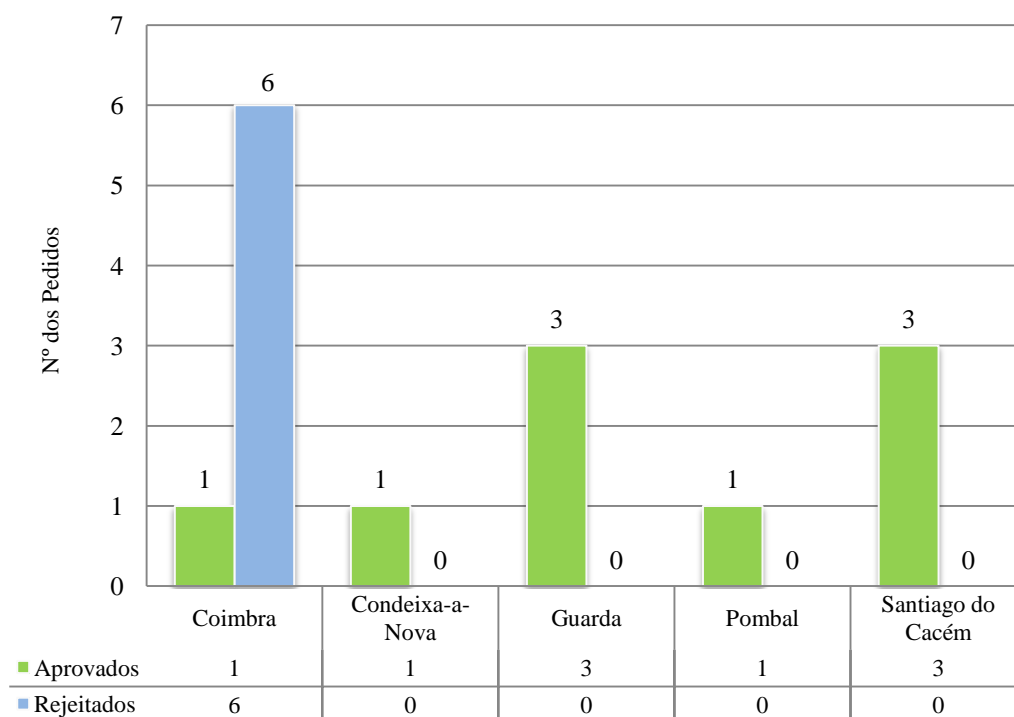


Figura 3.2. Distribuição dos pedidos às escolas públicas por concelho (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Após a aceitação por parte das escolas, procedeu-se ao pedido aos encarregados de educação e seguidamente à aplicação dos questionários aos adolescentes do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

Como já foi referido no ponto 3.2, este procedimento foi realizado pelas respectivas escolas que aceitaram a aplicação do questionário.

Durante este procedimento, foi mantido constantemente um contacto com as mesmas, de forma a ter conhecimento do andamento do processo. A aplicação do questionário foi realizada durante os meses de Março a Maio de 2011.

Após o término deste procedimento, procedeu-se à recolha dos questionários preenchidos em cada uma das escolas. Esta recolha foi realizada de várias formas, consoante o acordo com as escolas, ou seja, por correio ou por deslocação directa à escola.

O resultado da recolha dos questionários preenchidos vs o número total de alunos por escolas pode ser visualizado na figura 3.3.

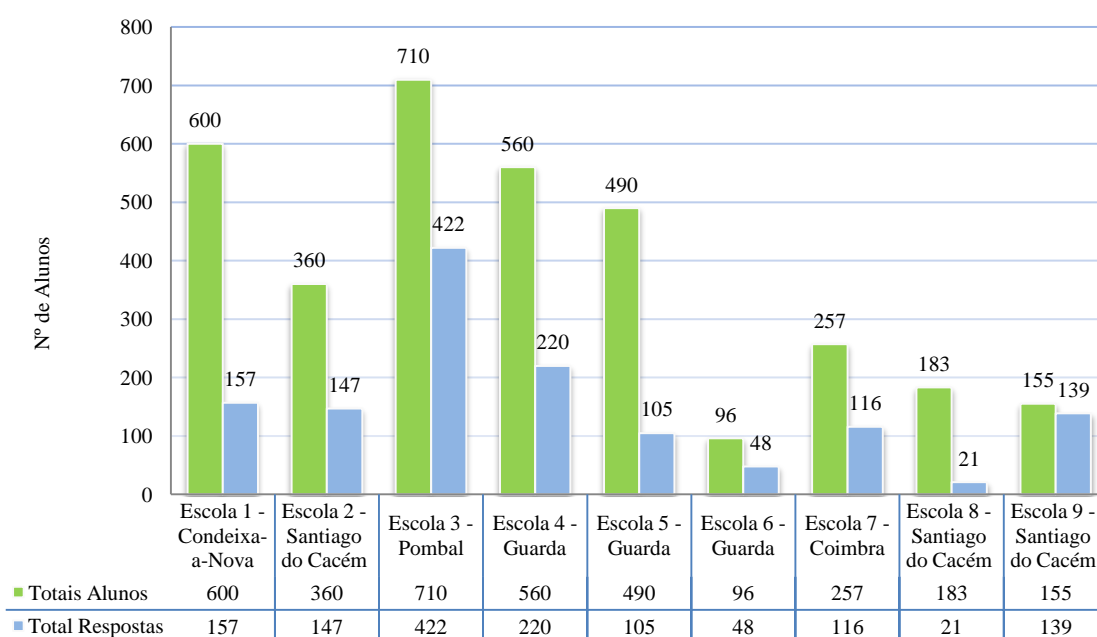


Figura 3.3. Taxa de resposta aos questionários por escola (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pela análise da figura acima, constata-se que a taxa de resposta aos questionários é inferior a 50%, à excepção da Escola Básica do 2.º e 3.º Ciclo de Marquês de Pombal (Escola 3 – Pombal) e da Escola Secundária com 3.º Ciclo Manuel da Fonseca (Escola 9 – Santiago do Cacém).

Neste sentido, de um total de 3411 alunos obteve-se uma amostra de 1375 questionários preenchidos (40,31%).

Tendo em conta o objectivo deste estudo, foi feita uma triagem de 1255 (91,27%) de um total de 1375 inquéritos preenchidos, uma vez que os restantes inquiridos não utilizam as RS.

De seguida, é apresentada uma breve descrição da distribuição da amostra em algumas variáveis relevantes para o presente estudo.

Da análise dos dados do quadro 3.2, pode-se retirar as seguintes conclusões:

✓ A faixa etária com maior número de inquiridos é os 11 anos, com 24,51% (337 inquiridos dos 1375 inquiridos), e a faixa etária com menor número de inquiridos é a dos 9 anos, com 0,07% (1 inquirido dos 1375 inquiridos);

✓ O concelho de Pombal, apesar de só ter sido aplicado o questionário a uma das escolas, é o que tem um maior número de inquiridos, ou seja, 30,69% (422 dos 1375 inquiridos).

Quadro 3.2 Distribuição dos inquiridos por faixa etária, escola e concelho.

			<i>Concelhos</i>								
			<i>Coimbra</i>	<i>Condeixa-a-Nova</i>	<i>Guarda</i>			<i>Pombal</i>	<i>Santiago do Cacém</i>		
<i>Faixa etária</i>	Frequência absoluta (N)	Frequência relativa (%)	Escola 7 - Coimbra	Escola 1 - Condeixa-a-Nova	Escola 4 - Guarda	Escola 5 - Guarda	Escola 6 - Guarda	Escola 3 - Pombal	Escola 2 - Santiago do Cacém	Escola 8 - Santiago do Cacém	Escola 9 - Santiago do Cacém
9 anos	1	0,07%	0	0	1	0	0	0	0	0	0
10 anos	208	15,13%	19	19	65	16	6	40	43	0	0
11 anos	337	24,51%	28	32	70	29	10	118	50	0	0
12 anos	274	19,93%	38	25	40	20	8	98	23	3	19
13 anos	221	16,07%	15	24	10	22	9	87	8	9	37
14 anos	198	14,40%	9	37	12	12	9	52	13	6	48
15 anos	87	6,33%	4	15	8	4	5	21	2	3	25
16 anos	31	2,25%	1	3	8	1	1	3	6	0	8
Mais de 17	15	1,09%	2	1	6	0	0	2	2	0	2
NR	3	0,22%	0	1	0	1	0	1	0	0	0
Total por Escola (N)	1375		116	157	220	105	48	422	147	21	139
Percentagem	100,00%		8,44%	11,42%	16,00%	7,64%	3,49%	30,69%	10,69%	1,53%	10,11%
Total por Concelho (N)	1375		116	157	373			422	307		
Percentagem	100,00%		8,44%	11,42%	27,13%			30,69%	22,33%		

Fonte: apuramento dos inquéritos.

A figura 3.4 mostra como estão distribuídos os 1375 inquiridos por escola e por ciclo de estudos (2º e 3º ciclo do ensino básico).

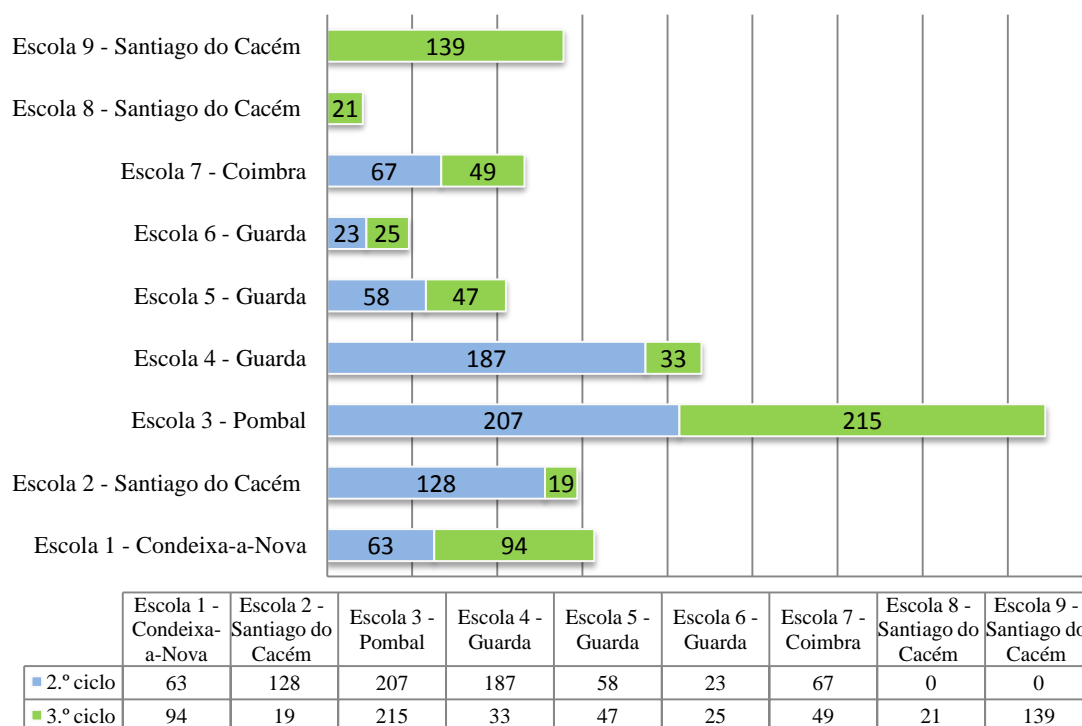


Figura 3.4. Distribuição dos inquiridos por escola e por ciclo de estudos (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Nesta figura verifica-se que dos 1375 inquiridos, 733 inquiridos frequentam o 2.º ciclo (53,31%) e 642 inquiridos frequentam o 3º ciclo (46,69%), sendo 422 inquiridos da Escola Básica do 2.º e 3.º Ciclos de Marquês de Pombal, cerca de 30,69% ((215 inquiridos do 3º ciclo (15,64%) e 207 inquiridos do 2º ciclo (15,05%)).

Da análise da figura 3.5, verifica-se que dos 1375 inquiridos, 1255 inquiridos utilizam as redes sociais, com 91,27% (com 674 inquiridos do género feminino e 581 inquiridos do género masculino, ou seja, 53,71% e 46,29% respectivamente). Os restantes 120 inquiridos dos 1375 inquiridos não utilizam as redes sociais, ou seja, 8,73% (com 60 inquiridos do género masculino e 60 inquiridos do género feminino, ou seja, 4,36% para cada um dos géneros).

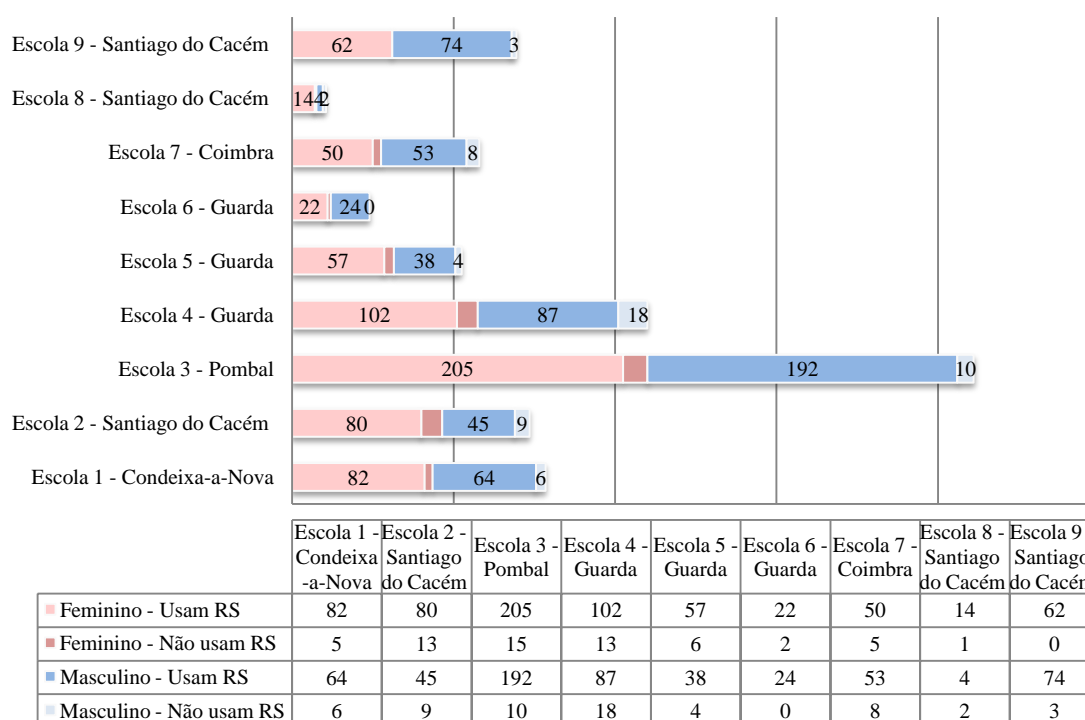


Figura 3.5. Uso de redes sociais por género vs Não uso de redes sociais por género (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As respostas dadas à questão (“Os teus pais têm conhecimento que utilizas as redes sociais?”), levantou algumas dúvidas em relação à veracidade da resposta dada pelos inquiridos, uma vez que não está claro se os inquiridos responderam “sim” porque é mesmo verdade ou porque consideram arriscado dar uma resposta diferente. No entanto, assumiu-se que os inquiridos responderam com “sinceridade” e após análise da figura 3.6, verifica-se que dos 1255 inquiridos 96% afirmam que os pais têm conhecimento de que utilizam as redes sociais.

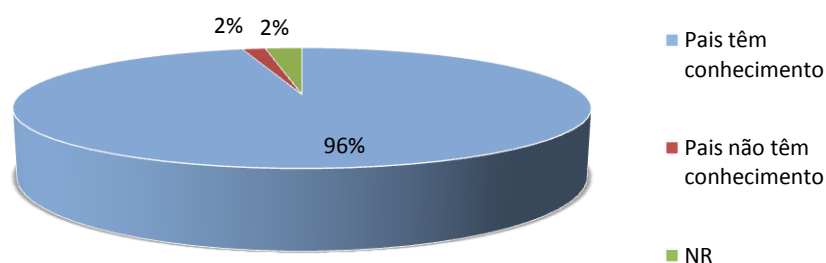


Figura 3.6. Distribuição dos inquiridos que utilizam as redes sociais em função do conhecimento ou não dos pais do seu uso (%).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

3.5 Breve Descrição da Metodologia Estatístico-Econométrica a Utilizar na Análise Empírica

Neste ponto, apresenta-se uma breve descrição do teste do qui-quadrado, da interpretação dos coeficientes estimados e do modelo de regressão logística.

3.5.1 Teste do qui-quadrado.

De acordo com Santos (2010), “Nos testes de independência está em causa a análise de dados de contagem relativamente à independência de dois métodos de classificação de acontecimentos observados”. Podemos dizer que os elementos de uma amostra são classificados de acordo com dois critérios ou atributos, sendo em seguida obtidas as respectivas contagens. Daqui resulta a tabela de contingência que se pode representar como se descreve no quadro abaixo.

Quadro 3.3 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado para a independência.*

A	B				Total
	B_1	B_2	...	B_c	
A_1	n_{11}	n_{12}	...	n_{1c}	$n_{1\bullet}$
A_2	n_{21}	n_{22}	...	n_{2c}	$n_{2\bullet}$
\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots
A_r	n_{r1}	n_{r2}	...	n_{rc}	$n_{r\bullet}$
Total	$n_{\bullet 1}$	$n_{\bullet 2}$...	$n_{\bullet c}$	n

Fonte: Santos (2010).

em que n_{ij} é o número de elementos da amostra aleatória que foram classificados na categoria A_i do atributo A e na categoria B_j do atributo B, com $i = 1, \dots, r$ e $j = 1, \dots, c$, e

$$n_{i\bullet} = \sum_{j=1}^c n_{ij}, n_{\bullet j} = \sum_{i=1}^r n_{ij} \text{ e } n = \sum_{i=1}^r n_{i\bullet} = \sum_{j=1}^c n_{\bullet j}$$

Para se aplicado o teste do qui-quadrado para a independência têm de se verificar as seguintes condições: a amostra ser aleatória; cada observação da amostra poder ser classificada em exactamente uma categoria de entre as r possíveis do atributo

A; cada observação da amostra poder ser classificada em exactamente uma categoria de entre as c possíveis do atributo B.

Assim, as hipóteses a testar são:

$$H_0 : p_{ij} = p_{i\bullet} p_{\bullet j}, \quad \forall i, j$$

$$H_1 : \exists i, j (i \neq j) : p_{ij} \neq p_{i\bullet} p_{\bullet j}.$$

Onde a hipótese nula (H_0) a testar é a independência entre os dois parâmetros, p_{ij} a probabilidade não condicional de um elemento pertencer à categoria A_i do atributo A e à categoria B e $p_{i\bullet}$ e $p_{\bullet j}$ as probabilidades não condicionais de um elemento pertencer, respectivamente, à categoria A_i do atributo A e à categoria B_j do atributo B, com $i=1, 2, \dots, r$ e $j=1, 2, \dots, c$.

Admitindo que a hipótese nula é verdadeira, a estatística de teste é:

$$Y = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(n_{ij} - n_{i\bullet} n_{\bullet j} / n)^2}{n_{i\bullet} n_{\bullet j} / n} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{n_{ij}^2}{n_{i\bullet} n_{\bullet j} / n} - n = n \left(\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{n_{ij}^2}{n_{i\bullet} n_{\bullet j} / n} - 1 \right)$$

Se a hipótese nula é verdadeira, $n_{i\bullet} n_{\bullet j} / n$ é o número esperado de observações na célula (i, j) .

A distribuição de amostragem assintótica da estatística de teste é:

$$Y \stackrel{a}{\sim} \chi_{(r-1)(c-1)}^2$$

A aproximação considera-se aceitável se os valores esperados verificarem $\frac{n_{i\bullet} n_{\bullet j}}{n} \geq 1, \forall i, j$.

Em relação ao p -value, e de acordo com Santos (2010), é dado por:

$$p\text{-value} = P(Y \geq y_{obs}), \text{ em que } Y \stackrel{a}{\sim} \chi_{(r-1)(c-1)}^2.$$

3.5.2 Modelo de regressão logística.

Quanto ao desenho da investigação e sua adequação ao tema estudado, é utilizado o método quantitativo para recolha de dados (*e.g.* inquéritos) e para a análise

estatística das variáveis de adesão em função de um conjunto de regressores recorreu-se ao modelo de regressão logística⁸.

Com base em alguma literatura, o método estatístico mais apropriado para o estudo em causa foi o método de regressão linear (Trusov, M., A. V. Bodapati, et al., 2010; De Oliveira, 2009).

Segundo De Oliveira (2009), “a forma mais simples de explicar uma determinada variável é através do modelo de regressão linear”. No entanto, existem outros modelos de regressão mais complexos entre os quais se inclui o que vai ser utilizado neste trabalho.

Segundo Garson (2011), o modelo *logit*

é uma técnica estatística que tem como objectivo produzir, a partir de um conjunto de observações, um modelo que permita a predição de valores tomados por uma variável categórica, frequentemente binária, a partir de uma série de variáveis explicativas contínuas e/ou binárias.”

De acordo com Fox (1997), o modelo Logit ordenado define-se da seguinte forma:

Admitindo que:

$$\varepsilon_i = \alpha + \beta_1 X_{i1} + \dots + \beta_K X_{iK} + \epsilon_i.$$

em que ε é uma variável latente, a qual é uma função linear de X, com k regressores, ϵ_i um erro aleatório relativo à observação i e β é o vector dos coeficientes do modelo que reflectem o impacto dos respectivos regressores sobre a variável resposta.

Supondo que a variável latente (ε) é dividida em $m - 1$ limites de m regiões e os limites verificam $\alpha_1 < \alpha_2 < \dots < \alpha_{m-1}$, então a variável resposta Y é dada por:

$$Y_i = \begin{cases} 1 & \text{se } \varepsilon_i \leq \alpha_1 \\ 2 & \text{se } \alpha_1 < \varepsilon_i \leq \alpha_2 \\ \dots & \dots \\ m-1 & \text{se } \alpha_{m-2} < \varepsilon_i \leq \alpha_{m-1} \\ m & \text{se } \alpha_{m-1} < \varepsilon_i \end{cases}$$

Os limites, as regiões e os valores correspondentes de ε e Y estão representados graficamente na figura 3.7.

⁸ *Logistic Regression*

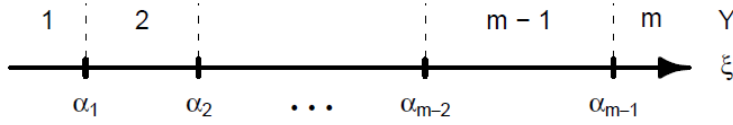


Figura 3.7. Representação gráfica dos limites, regiões e dos valores correspondentes de ε e Y .

Fonte: Fox (1997, p. 475).

A função distribuição cumulativa logística de Y é dada por:

$$\begin{aligned}\Pr(Y_i \leq j) &= \Pr(\varepsilon_i \leq \alpha_j) = \Pr(\alpha + \beta_1 X_{i1} + \dots + \beta_k X_{ik} + \varepsilon_i \leq \alpha_j) \\ &= \Pr(\varepsilon_i \leq \alpha_j - \alpha - \beta_1 X_{i1} - \dots - \beta_k X_{ik})\end{aligned}$$

Se os erros ε_i são independentemente distribuídos de acordo com a distribuição normal, então obtém-se o modelo probit ordenado. Se os erros seguem uma distribuição semelhante logística, então é usado o modelo logit ordenado. Neste trabalho de projecto é usado o modelo logit ordenado.

Assim, para $j = 1, 2, \dots, m-1$, tem-se

$$\text{logit}[\Pr(Y_i \leq j)] = \log_e \frac{\Pr(Y_i \leq j)}{\Pr(Y_i > j)} = \alpha_j - \alpha - \beta_1 X_{i1} - \dots - \beta_k X_{ik}$$

Ou seja,

$$\text{logit}[\Pr(Y_i > j)] = \log_e \frac{\Pr(Y_i > j)}{\Pr(Y_i \leq j)} = (\alpha - \alpha_j) + \beta_1 X_{i1} + \dots + \beta_k X_{ik}$$

Em que :

Y é Tempo gasto para estar nas redes sociais, variável de natureza ordinal em que $m = 6$, uma vez que a variável Y está categorizada em 6 categorias.

β é um vector de K parâmetros das variáveis explicativas que incluem o número de pessoas a que está conectado, quais as redes sociais que utiliza, saber o local que utiliza para aceder às redes sociais, entre outras.

As inclinações para cada uma destas equações de regressão são idênticas, apenas diferindo nas suas intercepções.

As superfícies da regressão logística são paralelas entre si, como se pode visualizar na figura 3.8., em que existem 4 categorias ($m=4$) e uma única variável explicativa X .

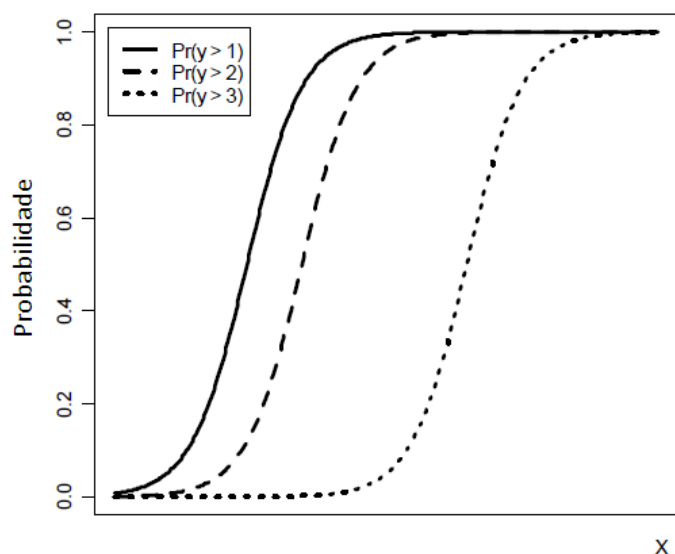


Figura 3.8. Representação gráfica do modelo proporcional-odds para 4 categorias de resposta e uma única variável explicativa X.

Fonte: Fox (1997, p. 476).

Verifica-se que as probabilidades são proporcionais e portanto a equação anterior tem a designação de modelo proportional-odds.

Existem $(k + 1) + (m - 1) = K + m$ para estimar os parâmetros no modelo *proporcional-odds*, incluindo a regressão dos coeficientes $\alpha, \beta_1, \dots, \beta_k$ e os limites da categoria $\alpha_1, \dots, \alpha_{m-1}$. Salienta-se que existe um parâmetro extra nas equações de regressão (equação anterior), porque cada equação tem a sua própria constante, $-\alpha_j$, juntamente com a constante comum α . Uma solução simples é definir $\alpha = 0$ (e desaparecer com o sinal negativo de α_j), o que resulta na seguinte equação:

$$\text{logit}[\Pr(Y_i > j)] = \alpha + \beta_1 X_{i1} + \dots + \beta_k X_{ik}$$

A figura 3.9 mostra o modelo proportional-odds para $m=4$ categorias de resposta e uma variável explicativa X . Como se pode verificar, a distribuição condicional da variável resposta latente ε é mostrada para dois valores representativos da variável explicativa x_1 e x_2 .

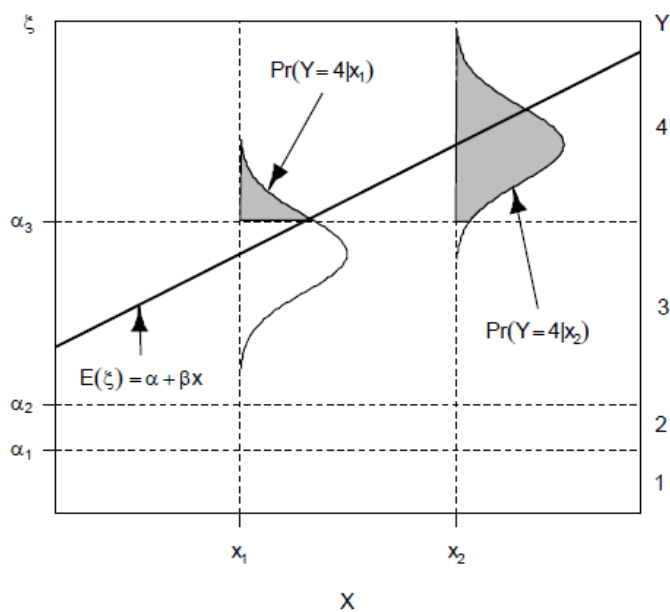


Figura 3.9. Representação gráfica do modelo proporcional-odds para 4 categorias de resposta e uma única variável explicativa X .

Fonte: Fox (1997, p. 477).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente capítulo está estruturado da seguinte forma: inicialmente é apresentada uma análise descritiva da amostra e de seguida é elaborada uma análise e discussão dos resultados.

4.1 Análise Descritiva da Amostra

A estatística descritiva através da análise exploratória de dados pretende isolar as estruturas e padrões mais relevantes e estáveis patenteados pelo conjunto de dados objecto do estudo. Assim, é possível identificar algumas tendências relativamente ao objectivo deste estudo.

Como referido no capítulo 3, a amostra é constituída por 1255 adolescentes do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

Da revisão da literatura, constatamos que há, em geral, diferenças na percepção do tempo gasto e do motivo de adesão às RS entre os géneros e entre as faixas etárias, pelo que decidimos analisar na amostra cada um dos factores que presumem explicar o tempo gasto e as razões pelas quais os inquiridos utilizam as RS por género e faixa etária. Além desta análise, decidimos estender a análise por região.

Na análise das respostas dadas pelos inquiridos, verifica-se situações de não resposta às questões, ou de “más” respostas, tais como: “Não Sabe”, “Não se lembra” e “Talvez”. Nestas situações, procedeu-se ao seu tratamento com o propósito de não perdermos informação, sendo identificados por “NR”.

Começaremos por analisar se existem diferenças significativas nos subgrupos da amostra no que diz respeito às variáveis fundamentais da pesquisa, as quais são enumeradas no quadro 4.1.

Quadro 4.1 *Listagem das variáveis a utilizar no estudo.*

Região	Número de pessoas a que está conectado
Faixa etária	Nacionalidade das pessoas a que está conectado
Género	Tipo de pessoas a que está conectado (e.g., amigos, familiares)
Nível de escolaridade	Encontro com os amigos da rede social
Processo de descoberta da 1ª RS	Tempo gasto com as redes sociais
Pais têm /não têm conhecimento da utilização das redes sociais	Local de utilização das redes sociais
Primeira Rede Social	Por que motivo(s) utiliza as redes sociais
Redes Sociais Utilizadas	Qual o grau de segurança da utilização das redes sociais

4.1.1 Distribuição da amostra por região, género e faixa etária.

A figura 4.1 permite visualizar a distribuição dos inquiridos que utilizam as redes sociais por faixa etária, género e concelho.

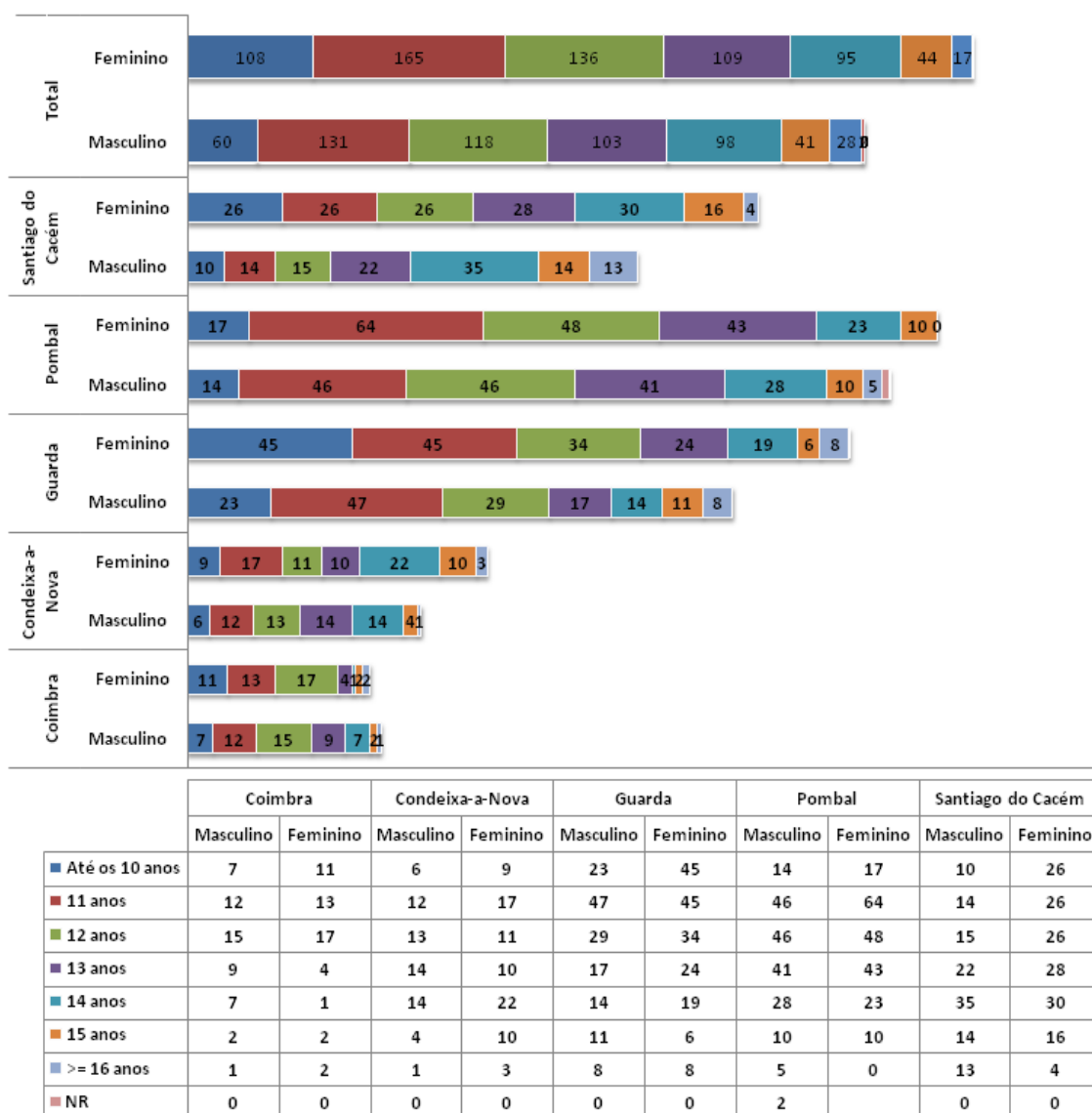


Figura 4.1. Utilização de redes sociais por concelho, por género e por faixa etária (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pela análise da figura 4.1, salienta-se os seguintes factos:

✓ Dos 1255, o género feminino é o que maioritariamente afirma utilizar as redes sociais, com 53,71% (674 dos 1255 inquiridos);

✓ Dos 1255, a faixa etária que afirma utilizar mais as redes sociais é a dos 11 anos, com 13,15% (165 dos 1255 inquiridos);

✓ Em todos os concelhos, o género em destaque é o feminino, à excepção do concelho de Coimbra, onde a maioria é do género masculino, com 4,22% (53 dos 1255 inquiridos).

✓ Em relação à faixa etária, em todos os concelhos a faixa etária com maior relevo é a dos 11 e 12 anos, com 47,17% e 40,48% respectivamente (592 inquiridos e 508 inquiridos dos 1255, respectivamente).

É de salientar que dos 1255 inquiridos, apenas 2 inquiridos não identificaram o género e 2 não identificaram a faixa etária.

4.1.2 Descoberta da primeira rede social utilizada.

Em relação à questão “De que forma descobristes a 1ª rede social que usaste?”, o quadro 4.2 permite visualizar de uma forma genérica os vários processos de descoberta da primeira rede social apresentados pelos inquiridos.

Quadro 4.2 *Utilização de redes sociais: processo de descoberta da 1ª rede social utilizada.*

Descoberta da 1ª RS através de:	Frequência relativa	Frequência absoluta
Pai	21	1,67%
Mãe	50	3,98%
Pais	43	3,43%
Irmão (s)	191	15,22%
Outros familiares	103	8,21%
Amigos	499	39,76%
Colegas	47	3,75%
Escola	43	3,43%
Comunicação Social	14	1,12%
Internet	108	8,61%
Outra Situação	61	4,86%
Não respondeu	75	5,98%
Total	1255	100%

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pela análise do quadro anterior, constata-se que dos 1255 inquiridos, 499 inquiridos (39,76%) descobriram a primeira rede social através dos amigos, 191

inquiridos (15,22%) descobriram a primeira rede social através de irmãos, e 108 inquiridos (8,61%) descobriram através da Internet.

Na categoria “Outra Situação” foram agrupadas algumas classes menos relevantes.

Para uma análise mais detalhada, no quadro 4.3 são apresentados todos os processos de descoberta da primeira rede social apresentados pelos inquiridos, bem como a sua respectiva distribuição por faixa etária e por concelho.

Quadro 4.3 *Utilização de redes sociais: processo de descoberta da 1ª rede social utilizada, por faixa etária e por concelho (frequência absoluta).*

		Processo de descoberta da 1ª RS													
		Faixa etária	Total por faixa etária	Pai	Mãe	Pais	Irmão (s)	Outros familiares	Amigos	Colegas	Escola	Comunicação Social	Internet	Outra Situação	NR
Concelhos	Coimbra	Até os 10 anos	18	2	4	1	3	2	5	0	0	1	0	0	0
		11 anos	25	2	2	1	4	3	3	2	3	1	2	2	0
		12 anos	32	2	1	0	5	4	12	2	1	0	3	1	1
		13 anos	13	0	0	0	3	2	3	3	0	0	0	1	1
		14 anos	8	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	2
		15 anos	4	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	0	0
		>= 16 anos	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0
		Total	103	6	7	2	16	12	26	8	5	3	9	5	4
	Condeixa-a-Nova	Até os 10 anos	15	1	0	3	0	3	6	0	0	0	1	1	0
		11 anos	29	0	2	1	8	4	9	0	2	0	2	0	1
		12 anos	24	0	1	0	5	1	13	0	0	0	2	0	2
		13 anos	24	0	0	0	3	0	14	0	2	0	1	2	2
		14 anos	36	0	0	0	0	0	27	1	0	0	5	0	3
		15 anos	14	0	0	0	1	0	8	1	0	0	1	0	3
		>= 16 anos	4	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	1
		Total	146	1	3	4	17	8	79	2	4	0	13	3	12

(continua)

Quadro 4.3 (continuação)

			Processo de descoberta da 1ª RS													
			Faixa etária	Total por faixa etária	Pai	Mãe	Pais	Irmão (s)	Outros familiares	Amigos	Colegas	Escola	Comunicação Social	Internet	Outra Situação	NR
Concelhos	Guarda	Até os 10 anos	68	2	2	8	19	11	14	2	0	0	8	1	1	
		11 anos	92	3	8	5	17	8	29	3	1	1	10	5	2	
		12 anos	63	0	3	0	8	9	28	2	1	0	7	1	4	
		13 anos	41	0	0	1	4	3	15	2	5	2	4	3	2	
		14 anos	33	0	0	0	1	4	21	1	4	1	1	0	0	
		15 anos	17	0	0	0	0	1	7	0	0	0	5	3	1	
		>= 16 anos	15	0	0	1	0	0	7	2	1	0	2	2	0	
		NR	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
		Total	330	5	13	15	49	36	122	12	12	4	37	15	10	
	Pombal	Até os 10 anos	31	0	2	1	8	3	10	0	0	0	4	1	2	
		11 anos	110	2	6	4	20	15	35	8	2	0	4	7	7	
		12 anos	94	2	5	3	16	7	35	4	5	1	5	6	5	
		13 anos	85	0	3	0	19	6	34	6	1	0	7	6	3	
		14 anos	51	1	0	0	5	2	24	2	2	2	5	4	4	
		15 anos	20	0	0	0	3	0	10	2	0	0	1	3	1	
		>= 16 anos	5	0	0	0	0	0	2	0	1	1	1	0	0	
		NR	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Total	397	5	16	8	72	33	150	22	11	4	27	27	22	
	Santiago do Cacém	Até os 10 anos	36	1	2	6	5	3	9	0	3	0	3	1	3	
		11 anos	40	0	3	4	7	2	14	0	1	1	6	0	2	
		12 anos	41	0	3	3	6	3	13	0	1	0	3	3	6	
		13 anos	50	1	3	1	8	3	21	2	3	1	3	3	1	
		14 anos	65	0	0	0	8	3	36	1	3	0	3	4	7	
		15 anos	30	2	0	0	2	0	21	0	0	0	1	0	4	
		>= 16 anos	17	0	0	0	1	0	8	0	0	1	3	0	4	
		Total	279	4	11	14	37	14	122	3	11	3	22	11	27	
	Totais		1255	21	50	43	191	103	499	47	43	14	108	61	75	

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Da análise do quadro anterior, salientamos os seguintes itens:

✓ No concelho de Coimbra, 26 dos 103 inquiridos (25,25%) afirmam que descobriram a 1ª rede social utilizada através dos amigos, e destes 26 inquiridos a faixa etária com maior relevo é a dos 12 anos, com 46,62% (12 dos 26 inquiridos);

✓ No concelho de Condeixa-a-Nova, 79 dos 146 inquiridos (54,11%) afirmam que descobriram a 1ª rede social utilizada através dos amigos, e destes 79 inquiridos a faixa etária com maior relevo é a dos 14 anos, com 34,18% (27 dos 79 inquiridos);

✓ No concelho da Guarda, 122 dos 330 inquiridos (36,97%) afirmam que descobriram a 1ª rede social utilizada através dos amigos, e destes 122 inquiridos a faixa etária com maior relevo é a dos 11 anos, com 23,77% (29 dos 122 inquiridos);

✓ No concelho de Pombal, 150 dos 397 inquiridos (37,78%) afirmam que descobriram a 1ª rede social utilizada através dos amigos, e destes 150 inquiridos as faixas etárias com maior relevo são as dos 11 anos, com 23,33% (35 dos 150 inquiridos) e dos 12 anos, com 23,33% (35 dos 150 inquiridos);

✓ No concelho de Santiago do Cacém, 122 dos 279 inquiridos (43,73%) afirmam que descobriram a 1ª rede social utilizada através dos amigos, e destes 122 inquiridos a faixa etária com maior relevo é a dos 14 anos, com 29,51% (36 dos 122 inquiridos);

✓ Dos 1255 inquiridos, 27 inquiridos (2,15%) não se pronunciaram sobre o processo de descoberta da 1ª rede social.

Em suma, verifica-se que dos 1255 inquiridos, 499 inquiridos (39,76%) afirmam que descobriram a 1ª rede social utilizada através dos amigos.

4.1.3 Distribuição por primeira rede social utilizada, redes mais utilizadas e número de conexões por redes sociais.

Pela análise da figura 4.2, constata-se que o MSN é a rede social utilizada pela primeira vez com maior número de inquiridos a admiti-lo, com 66,22% (831 dos 1255 inquiridos). O Facebook ocupa o segundo lugar, com 17,85% (224 dos 1255 inquiridos) e o terceiro lugar é ocupado pelo Hi5, com 10,20% (128 dos 1255 inquiridos).

Relativamente à rede social que os adolescentes responderam utilizar actualmente, verifica-se na figura abaixo que é o MSN, com 85,50% (1073 dos 1255 inquiridos), em segundo lugar é o Facebook, com 82,47% (1035 dos 1255 inquiridos) e em terceiro o Hi5, com 34,34% (431 dos 1255 inquiridos).

Comparando a RS utilizada pela primeira vez com a que é actualmente utilizada, verifica-se um grande “salto” em relação ao Facebook, passando de 224 para 1035 dos 1255 inquiridos (17,85% para 82,47%). No entanto, verifica-se que a rede mais utilizada pela primeira vez, MSN, é a mesma que é utilizada actualmente, sendo que sofreu um pequeno aumento, passando de 831 para 1073 dos 1255 inquiridos (66,22% para 85,50%).

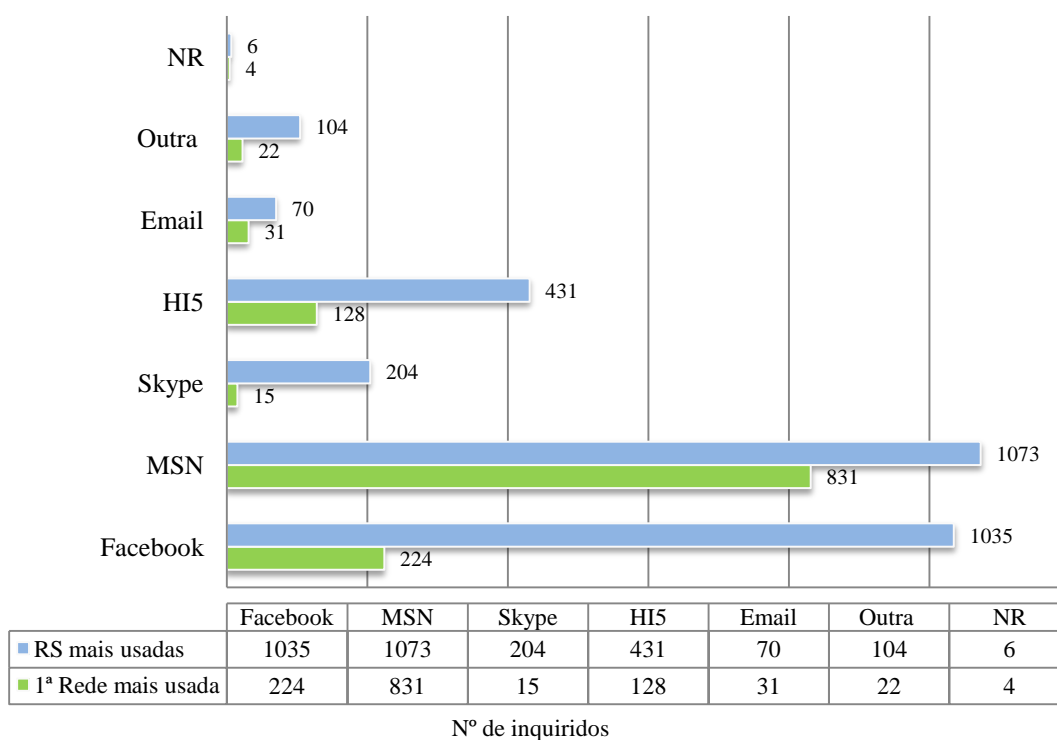


Figura 4.2. Utilização de redes sociais: 1ª rede social utilizada e redes sociais mais utilizadas (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Em síntese, podemos observar que as duas redes sociais mais utilizadas quer pela primeira vez quer actualmente são o MSN e o Facebook, destacando-se das restantes.

A rede Email agrupa todas as redes sociais com funções de email, tais como Hotmail, Yahoo, Gmail, IOL, Sapo, Clix, entre outras.

As redes sociais com uma pequena taxa de resposta foram agrupadas numa única categoria, “Outra”, sendo de salientar que:

✓ na 1ª RS utilizada, foram referidas o Google, Habbo, Myspace, Orkut, Youtube, Twitter, entre outras;

✓ e nas redes sociais utilizadas actualmente, foram referidas mais as seguintes: Kontakte.ru, Mail.ru, Kuskas, Badoo, Youtube, Stardool, Formspring, Cimewire, XBOXLIVE, STEAM, Blog, JogosSociais, Chatroulet, LOOL, Quepasa, Cimewire, Bad_Hed, Tumblr, TribalWars_Club_Pinguim, Speack3, Teggad, Gamezer, Peoplesbook, BlogSpots, LastFM, Xfine, FRIV, Redtube, Metir2, BFH, TUB8, Cbuddy, entre outras.

É de salientar que alguns dos inquiridos não responderam a estas questões (4 inquiridos em relação à 1ª rede social utilizada e 6 inquiridos em relação à utilizada actualmente).

No quadro 4.4 podemos verificar a número de redes sociais utilizadas pelos adolescentes, por faixa etária e por concelho.

Quadro 4.4 *Utilização de redes sociais: número de redes sociais utilizadas, por faixa etária e por concelho (frequência absoluta).*

			Nº de redes utilizadas									
			Faixa etária	Total por faixa etária	0	1	2	3	4	5	6 ou mais	NR
Concelhos	Coimbra	Até os 10 anos	18	0	0	10	6	1	0	1	0	
		11 anos	25	1	4	9	8	2	0	0	1	
		12 anos	32	0	6	11	8	4	3	0	0	
		13 anos	13	0	0	4	5	4	0	0	0	
		14 anos	8	0	1	3	4	0	0	0	0	
		15 anos	4	0	0	1	3	0	0	0	0	
		>= 16 anos	3	0	0	1	2	0	0	0	0	
		Total	103	1	11	39	36	11	3	1	1	
	Condeixa-a-Nova	Até os 10 anos	15	1	6	5	3	0	0	0	0	
		11 anos	29	0	5	13	9	2	0	0	0	
		12 anos	24	1	0	13	5	5	0	0	0	
		13 anos	24	0	2	8	10	2	2	0	0	
		14 anos	36	0	5	18	9	2	2	0	0	
		15 anos	14	0	2	6	4	1	1	0	0	
		>= 16 anos	4	0	1	3	0	0	0	0	0	
		Total	146	2	21	66	40	12	5	0	0	

(continua)

Quadro 4.4 (continuação)

			Nº de redes utilizadas									
			Faixa etária	Total por faixa etária	0	1	2	3	4	5	6 ou mais	NR
Concelhos	Guarda	Até os 10 anos	68	0	28	21	17	1	1	0	0	
		11 anos	92	0	38	30	19	2	3	0	0	
		12 anos	63	0	16	23	19	5	0	0	0	
		13 anos	41	0	6	11	18	3	3	0	0	
		14 anos	33	0	6	15	11	0	1	0	0	
		15 anos	17	0	1	3	11	2	0	0	0	
		>= 16 anos	15	0	4	1	8	1	1	0	0	
		NR	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
		Total	330	0	100	104	103	14	9	0	0	
	Pombal	Até os 10 anos	31	0	13	12	5	1	0	0	0	
		11 anos	110	1	28	47	27	3	0	3	1	
		12 anos	94	0	14	35	24	11	7	2	1	
		13 anos	85	1	13	39	25	2	5	0	0	
		14 anos	51	0	3	22	17	6	2	1	0	
		15 anos	20	0	2	7	7	3	0	1	0	
		>= 16 anos	5	0	0	2	2	0	0	1	0	
		NR	1	0	1	0	0	0	0	0	0	
		Total	397	2	74	164	107	26	14	8	2	
	Santiago do Cacém	Até os 10 anos	36	2	13	14	4	2	0	0	1	
		11 anos	40	0	5	20	11	1	2	0	1	
		12 anos	41	0	6	24	8	3	0	0	0	
		13 anos	50	0	6	25	10	5	4	0	0	
		14 anos	65	0	6	18	24	11	3	2	1	
		15 anos	30	0	3	6	13	5	1	2	0	
		>= 16 anos	17	0	0	6	7	3	0	1	0	
		Total	279	2	39	113	77	30	10	5	3	
	Totais		1255	7	246	486	363	93	41	14	6	

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pela análise deste quadro, é de salientar o seguinte:

→ No concelho de Coimbra, destacam-se 103 dos 1255 inquiridos (8,21%) em que: 39 dos 103 inquiridos (37,86%) afirmam utilizar 2 redes sociais, e dos 39 inquiridos, a faixa etária com maior relevo é a dos 12 anos, com 28,21% (11 dos 39 inquiridos);

→ No concelho de Condeixa-a-Nova, destacam-se 146 dos 1255 inquiridos (11,63%) em que: 66 dos 146 inquiridos (45,21%) afirmam utilizar 2 redes sociais, e dos 66 inquiridos, a faixa etária maioritária é a dos 14 anos, com 27,27% (18 dos 66 inquiridos);

→ No concelho da Guarda, destacam-se 330 dos 1255 inquiridos (26,29%) em que: 104 dos 330 inquiridos (31,52%) afirmam utilizar 2 redes sociais, e dos 104

inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 11 anos, com 28,85% (30 destes 104 inquiridos);

→ No concelho de Pombal, destacam-se 397 dos 1255 inquiridos (31,63%) em que: 164 dos 397 inquiridos (41,31%) afirmam utilizar 2 redes sociais e dos 164 inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 11 anos, com 28,66% (47 destes 164 inquiridos);

→ No concelho de Santiago de Cacém, destacam-se 279 dos 1255 inquiridos (22,23%) em que: 113 dos 279 inquiridos (40,50%) afirmam utilizar 2 redes sociais e dos 113 inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 13 anos, com 22,12% (25 dos 113 inquiridos);

→ Dos 1255 inquiridos, 27 inquiridos (2,15%) não se pronunciaram sobre o processo de descoberta da 1ª rede social;

→ Dos 1255 inquiridos, 6 inquiridos (0,48%) não se pronunciaram sobre o nº de redes sociais utilizadas.

Em suma, constatamos que em todos os concelhos os inquiridos utilizam maioritariamente pelo menos 2 redes sociais, com 38,73% (486 dos 1255 inquiridos), variando a faixa etária por concelho.

Na questão que solicita aos inquiridos que indiquem o número de conexões por rede social, houve necessidade de agrupar as respostas de forma a reduzir o alargado número de classes. Assim, fez-se a seguinte categorização: “sem amigos na rede”, de “1 a 100 amigos”, de “101 a 200 amigos”, de “201 a 300 amigos”, “mais de 300 amigos”.

Na categoria de “1 a 100 amigos” foram também incluídas as seguintes classes: “alguns”, “algumas” e “só as que conhece”. Na categoria “Mais de 300 amigos” foram também incluídas as seguintes classes: “Muitos (as)”, “Milhões” e “Milhares”.

Na figura 4.3 visualizamos as redes sociais com mais “amigos da rede”.

Para a rede “Email” e “Outra” foi realizado o mesmo tipo de agrupamento efectuado para a primeira rede social utilizada e a utilizada actualmente.

De acordo com a figura abaixo, retiramos as seguintes conclusões:

- Na categoria “Até 100 amigos”, a rede social que se destaca mais é o MSN, com 68,13% (855 dos 1255 inquiridos). Em segundo lugar é o Hi5, com 12,91% (162 dos 1255 inquiridos) e em terceiro é o Skype, com 12,83% (161 dos 1255 inquiridos);

- Na categoria “De 101 até 200 amigos”, a rede social que se destaca mais é o Facebook, com 17,21% (216 dos 1255 inquiridos). Em segundo lugar é o MSN, com 6,45% (81 dos 1255 inquiridos) e em terceiro é o Hi5, com 5,74% (72 dos 1255 inquiridos);

- Na categoria “De 201 até 300 amigos”, a rede social que se destaca mais é o Facebook, com 6,85% (86 dos 1255 inquiridos). Em segundo lugar é o Hi5, com 0,88% (11 dos 1255 inquiridos) e em terceiro é o MSN, com 1,51% (19 dos 1255 inquiridos);

- Na categoria “Mais de 300 amigos”, a rede social que se destaca mais é o Facebook, com 13,71% (172 dos 1255 inquiridos). Em segundo lugar é o Hi5, com 9,96% (125 dos 1255 inquiridos) e em terceiro é o MSN, com 1,83% (23 dos 1255 inquiridos).

Em síntese, verificamos que as redes sociais com maior número de “amigos” são o MSN e o Facebook.

Salienta-se ainda que alguns dos inquiridos não responderam a esta questão (variando entre 69 e 89 dos 1255 inquiridos por rede social, ou seja, entre 5,50% e 7,09%).

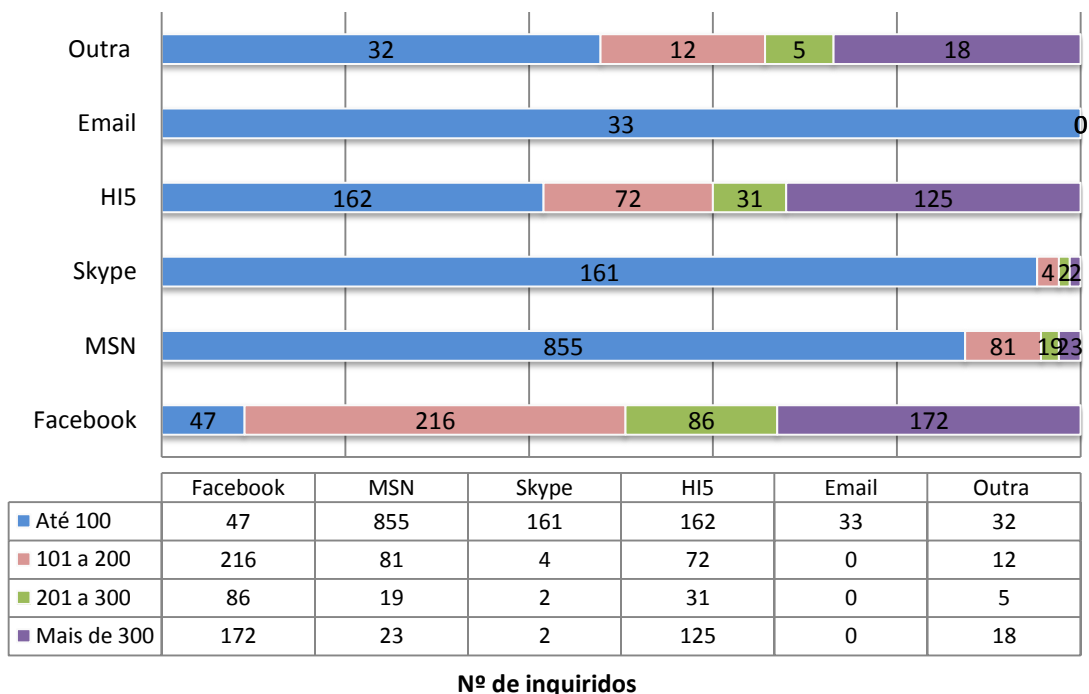


Figura 4.3. Utilização de redes sociais: número de conexões por perfis de redes sociais (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

4.1.4 Tipo de nacionalidade dos amigos da rede.

Conforme se verifica na figura 4.4, dos 1255 inquiridos que utilizam as RS, em 77% dos casos, as pessoas a que estão conectados são de nacionalidade portuguesa e em 21% são simultaneamente de nacionalidade Portuguesa e de outras nacionalidades.

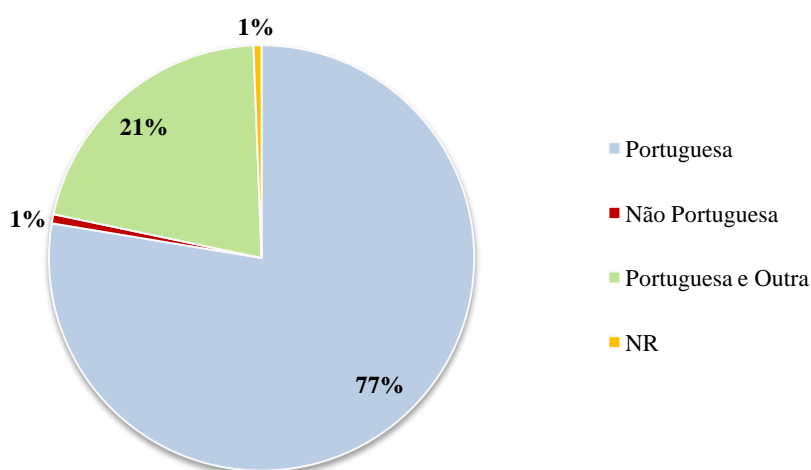


Figura 4.4. Utilização de redes sociais: nacionalidade das pessoas a que estão conectados os adolescentes (%).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

O tipo de nacionalidade dos amigos da rede com mais de 10 inquiridos e a sua distribuição por género está retratado na figura 4.5. Nesta figura, não constam as nacionalidades dos amigos da rede social com menos de 10 inquiridos, as quais são: Russa, Canadiana, Australiana, Holandesa, Luxemburguesa, Venezuelana, Turca, Norueguesa, Moçambicana, Indiana, Marroquina, Tunisina, Belga, Húngara, Angolana, Uzequistã, Italiana, Moldavia, Chinesa, Japonesa, Cabo Verdiana, Mongólia, entre outras.

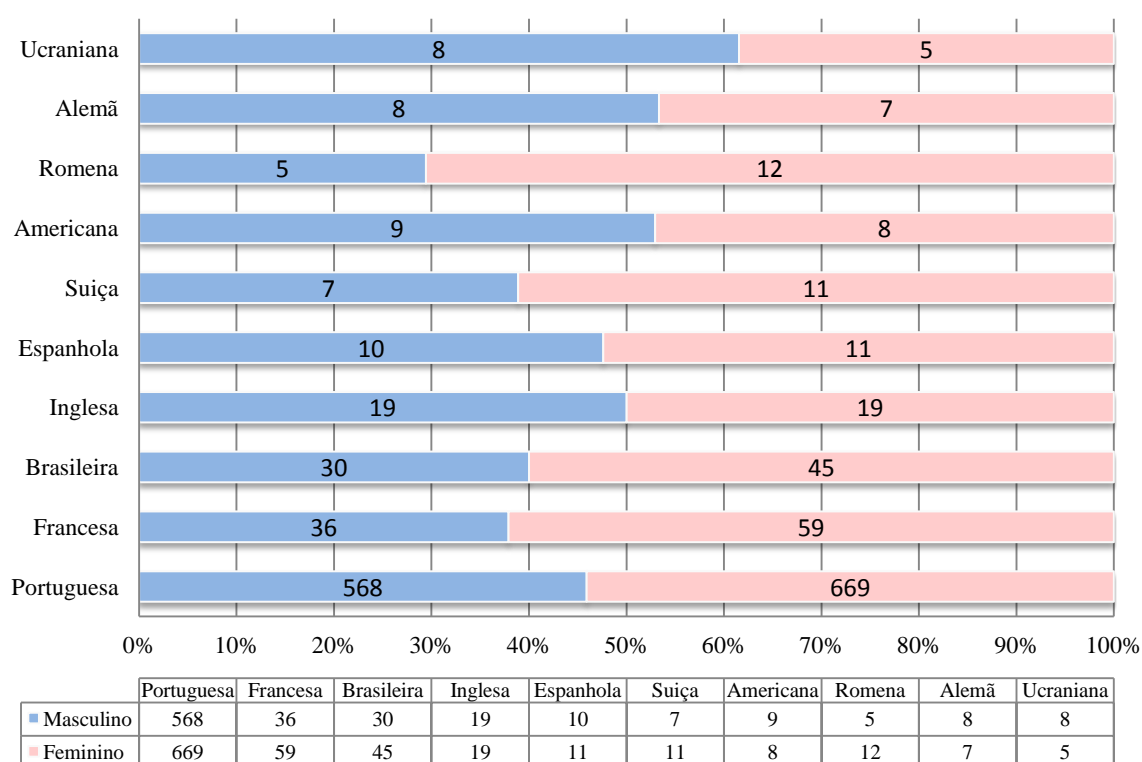


Figura 4.5. Utilização de redes sociais: nacionalidade dos amigos de redes sociais, por género (frequência absoluta).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pela análise da figura 4.5, a nacionalidade dos amigos da rede com maior relevo é a Portuguesa, com 1237 dos 1255 inquiridos (98,57%), sendo 54,08% (669 dos 1237 inquiridos) do género feminino e 45,92% (568 dos 1237 inquiridos) do género masculino. Por outro lado, temos a nacionalidade francesa, com 7,57% (95 dos 1255 inquiridos), sendo 62,11% (59 dos 95 inquiridos) do género feminino e 37,89% (36 dos 95 inquiridos) do género masculino, e a nacionalidade brasileira com 75 dos 1255 inquiridos (5,98%), sendo 60% (45 dos 75 inquiridos) do género feminino e 40% (30 dos 75 inquiridos) do género masculino, em segunda e terceira posição, respectivamente.

Em suma, verificamos que os inquiridos têm maioritariamente amigos de nacionalidade portuguesa.

4.1.5 Tipo de pessoas a que os adolescentes estão conectados.

Em relação ao tipo de pessoas a que estão conectados, e de acordo com o quadro 4.5, é de salientar os seguintes aspectos mais relevantes:

✓ A maior parte dos inquiridos está conectada a amigos, com 92,03% (1155 dos 1255 inquiridos), familiares, com 84,38% (1059 dos 1255 inquiridos) e colegas da escola, com 83,43% (1047 dos 1255 inquiridos);

✓ Dos 1255 inquiridos, 46 inquiridos (3,67%) afirmam estar conectados a desconhecidos, destacando-se o concelho de Pombal, com 11 inquiridos (0,876%) do sexo masculino;

✓ No concelho de Santiago do Cacém, verifica-se os seguintes casos particulares: 2 dos 1255 inquiridos afirmam estar conectado a pessoas com interesse cultural e são do género masculino, 2 dos 1255 inquiridos afirmam estar conectados a inimigos;

✓ Os inquiridos que afirmam estar conectados a pessoas de empresa (2 inquiridos), de rádio (2 inquiridos) e de escola (2 inquiridos) são do género feminino e do concelho de Pombal;

✓ Em cada um dos concelhos os inquiridos estão conectados maioritariamente a amigos, destacando-se os inquiridos do género feminino em todos os concelhos, à excepção no concelho de Coimbra onde se destaca o género masculino, com 3,82% (48 dos 1255 inquiridos);

✓ Doze dos 1255 inquiridos (0,96%) não responderam em relação ao tipo de pessoas a que estão conectados.

Quadro 4.5 *Utilização de Redes Sociais: Tipo de pessoas a que os adolescentes estão conectados, por género e por concelho (frequência absoluta).*

Tipo de pessoas a que está conectado	Concelhos											Totais
	Coimbra		Condeixa-a-Nova		Guarda		Pombal			Santiago do Cacém		
	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	NR	Masculino	Feminino	
Familiares	40	42	51	59	122	161	161	187	1	90	145	1059
Amigos	48	46	59	70	139	161	170	197	2	115	148	1155
Colegas da Escola	47	44	52	72	111	140	166	182	1	94	138	1047
Amigos de Familiares	1	1	1	1	3	3	4	6	0	0	0	20
Amigos de Amigos	1	2	1	2	0	2	2	6	0	1	2	19
Conhecidos	0	3	1	1	2	3	4	11	0	0	3	28
Namorados	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	6
Vizinhos	0	1	1	1	0	2	2	2	0	0	0	9
Amigos da Internet	1	0	2	0	3	1	2	0	0	0	0	9
Desconhecidos	1	5	3	3	5	2	11	9	0	4	3	46
Interesses Culturais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Ídolos de Desporto	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Professores	0	0	0	1	1	2	3	4	0	0	1	12
Inimigos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Empresas	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Rádios	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
Escolas	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
NR	0	0	1	1	2	1	2	1	0	2	2	12
Totais	142	145	173	212	388	479	528	611	4	310	443	

Fonte: apuramento dos inquéritos.

4.1.6 Tempo gasto para estar nas redes sociais.

Na figura 4.6 visualiza-se o tempo gasto pelos adolescentes quando estão conectados nas redes sociais.

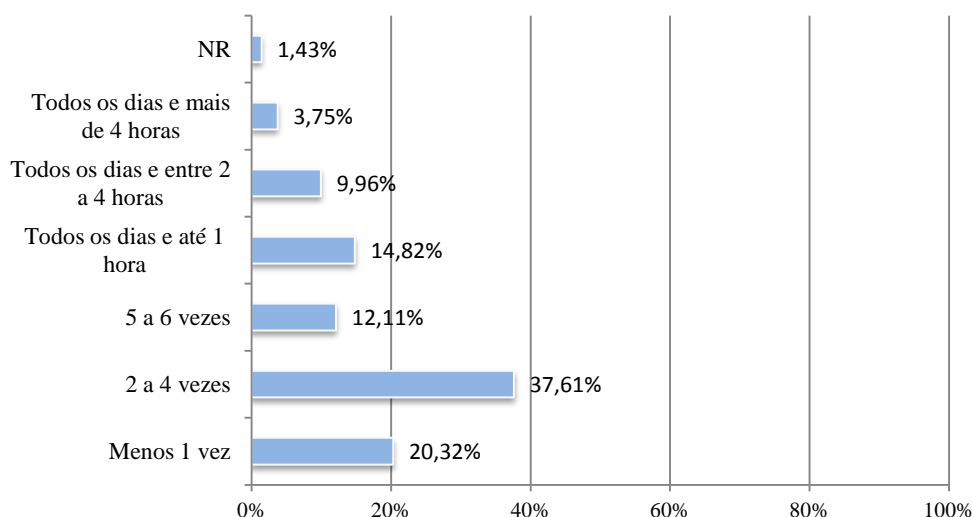


Figura 4.6. Utilização de redes sociais: Tempo gasto pelos adolescentes quando estão conectados (%).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Das respostas dadas a esta questão e pela análise da figura anterior, constata-se que a maior parte dos inquiridos utiliza as RS duas a quatro vezes por semana (37,61%), em segundo lugar temos os inquiridos que utilizam as RS menos de uma vez por semana (20,32%) e em terceiro lugar os inquiridos que utilizam as RS todos os dias da semana e até 1 hora por dia (14,82%).

Para uma análise mais detalhada, o quadro seguinte permite retirar algumas conclusões sobre o tempo gasto nas redes sociais por faixa etária e por concelho.

Quadro 4.6 *Utilização de redes sociais: Tempo gasto pelos adolescentes quando estão conectados, por faixa etária (frequência absoluta).*

			Tempo gasto nas redes sociais						
	Faixa etária	Total por faixa etária	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	NR
Concelhos	Coimbra	Até os 10 anos	18	4	9	1	1	3	0
		11 anos	25	4	9	2	9	1	0
		12 anos	32	7	14	2	6	2	1
		13 anos	13	1	3	3	2	3	1
		14 anos	8	2	4	0	2	0	0
		15 anos	4	0	3	1	0	0	0
		>= 16 anos	3	1	1	0	1	0	0
		Total	103	19	43	9	21	9	2
	Condeixa-a-Nova	Até os 10 anos	15	7	7	0	0	1	0
		11 anos	29	8	8	3	6	3	0
		12 anos	24	5	8	4	3	3	1
		13 anos	24	6	7	2	8	1	0
		14 anos	36	6	10	7	3	8	1
		15 anos	14	0	4	4	1	2	3
		>= 16 anos	4	2	1	0	0	1	0
		Total	146	34	45	20	21	19	5
	Guarda	Até os 10 anos	68	18	35	5	7	1	2
		11 anos	92	29	38	7	12	5	1
		12 anos	63	18	30	5	5	2	1
		13 anos	41	8	15	9	4	3	1
		14 anos	33	7	14	7	2	3	0
		15 anos	17	3	5	5	3	1	0
		>= 16 anos	15	2	5	0	6	1	1
		NR	1	1	0	0	0	0	0
		Total	330	86	142	38	39	16	6
	Pombal	Até os 10 anos	31	6	12	3	4	4	0
		11 anos	110	25	56	7	11	6	2
		12 anos	94	19	35	15	13	8	3
		13 anos	85	8	27	19	14	11	5
		14 anos	51	6	16	5	12	5	7
		15 anos	20	1	6	2	5	5	1
		>= 16 anos	5	0	0	2	1	2	0
		NR	1	0	0	0	1	0	0
		Total	397	65	152	53	61	41	18
	Santiago do Cacém	Até os 10 anos	36	15	13	1	4	0	1
		11 anos	40	5	19	5	7	3	1
		12 anos	41	11	13	6	5	3	2
		13 anos	50	8	16	7	4	10	5
		14 anos	65	7	19	10	12	12	4
		15 anos	30	2	7	3	8	7	2
		>= 16 anos	17	3	3	0	4	5	1
		Total	279	51	90	32	44	40	16
	Totais por		1255	255	472	152	186	125	47

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Da análise deste quadro, é de salientar os seguintes tópicos:

✓ No concelho de Coimbra, 43 dos 103 inquiridos (41,75%) afirmam utilizar as redes sociais entre duas a quatro vezes por semana, e daqueles 43 inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 12 anos, com 32,56% (14 dos 43 inquiridos);

✓ No concelho de Condeixa-a-Nova, 45 dos 146 inquiridos (30,82%) afirmam utilizar as redes entre duas a quatro vezes por semana, e daqueles 45 inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 14 anos, com 22,22% (10 dos 45 inquiridos);

✓ No concelho da Guarda, 142 dos 330 inquiridos (43,03%) afirmam utilizar as redes entre duas a quatro vezes por semana, e daqueles 142 inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 11 anos, com 26,76% (38 dos 142 inquiridos);

✓ No concelho de Pombal, 152 dos 397 inquiridos (38,29%) afirmam utilizar as redes entre duas a quatro vezes por semana, e daqueles 152 inquiridos a faixa etária maioritária é a dos 11 anos, com 36,84% (56 dos 152 inquiridos);

✓ No concelho de Santiago do Cacém, 90 dos 279 inquiridos (32,26%) afirmam utilizar as redes entre duas a quatro vezes por semana, e daqueles 90 inquiridos as faixas etárias maioritárias são as dos 11 e dos 14 anos, com 21,11% para cada uma (19 dos 90 inquiridos para cada faixa etária).

Em suma, verificamos que o tempo médio gasto nas redes sociais pelos inquiridos é de 2 a 4 vezes por semana, variando a faixa etária por concelho.

4.1.7 Local de utilização das redes sociais.

A questão 19, “Onde utilizas as redes sociais”, permitiu analisar o local onde os inquiridos utilizam mais as RS.

No quadro 4.7, estão enumerados os tipos de respostas dadas pelos inquiridos, bem como a sua distribuição.

Quadro 4.7 *Utilização de redes sociais: Local de utilização.*

Local	Frequência					
	Não		Sim		NR	
	N	%	N	%	N	%
Casa	50	3,98%	1192	94,98%	13	1,04%
Escola	875	69,72%	367	29,24%		
Casa de Amigos	938	74,74%	304	24,22%		
Bibliotecas	1047	83,43%	195	15,54%		
Casa de Familiares	1222	97,37%	20	1,59%		
Locais Públicos	1215	96,81%	27	2,15%		
Cafés	1236	98,49%	6	0,48%		
Trabalho dos Pais	1229	97,93%	13	1,04%		
Telemóvel	1240	98,80%	2	0,16%		

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pela análise do quadro anterior, verifica-se que o local de preferência da maior parte dos inquiridos para utilizar as RS é em casa, com 94,98% (1192 dos 1255 inquiridos), o segundo local preferido é na escola, com 367 dos 1255 inquiridos (29,24%) e em terceiro lugar surge a casa dos amigos, com 304 dos 1255 inquiridos (24,22%).

4.1.8 Motivo de utilização das redes sociais.

A questão 20 do questionário, “Por que motivo(s) utilizas as redes sociais?”, permitiu compreender a razão principal para a utilização das RS. No quadro 4.8 são apresentados todos os motivos para a utilização das RS apresentados pelos inquiridos, bem como a sua respectiva distribuição pelo motivo.

Quadro 4.8 Utilização de redes sociais: Motivos para ter aderido, por faixa etária e por concelho (frequência absoluta).

		Motivos																						
		Faixa etária	Fazer Amigos	Trabalhos Escolares	Diversão	Namorar	Comunicar com Amigos	Comunicar com Familiares	Adquirir Conhecimentos	Fazer Downloads	Partilhar Ficheiros	Fazer Comentários	Curiosidade	Passar Tempo	Ver Fotos	Visitar as Páginas dos Amigos	Redtube.com	Socializar	Ser Popular	Para se atualizar	Manter Contacto	Arranjar Namorada	NR	
Concelhos	Coimbra	Até os 10 anos	9	4	14	0	17	16	3	1	5	8	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		11 anos	14	5	17	1	21	18	4	3	3	10	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		12 anos	17	13	18	6	28	22	6	10	5	15	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		13 anos	10	6	6	1	12	8	3	4	2	6	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		14 anos	6	2	2	1	6	4	1	4	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		15 anos	3	0	2	1	4	3	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		>= 16 anos	2	1	1	0	3	3	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Total	61	31	60	10	91	74	17	24	16	43	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Condeixa-a-Nova	Até os 10 anos	2	4	8	2	13	13	1	2	2	4	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		11 anos	10	12	19	1	22	22	9	1	4	7	7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		12 anos	15	8	17	2	21	18	5	3	5	9	7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
		13 anos	14	6	14	3	18	10	2	4	4	10	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
		14 anos	19	10	22	3	30	19	7	6	7	13	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		15 anos	10	3	6	2	11	6	5	3	6	7	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		>= 16 anos	2	2	0	1	3	3	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		Total	72	45	86	14	118	91	29	20	29	52	50	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3
	Guarda	Até os 10 anos	27	23	46	4	60	55	15	8	5	24	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		11 anos	28	24	57	4	77	67	26	10	11	33	32	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		12 anos	30	13	43	2	51	45	14	8	13	29	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		13 anos	21	12	27	1	36	31	10	6	5	19	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		14 anos	21	6	15	5	26	20	4	7	5	8	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		15 anos	7	6	7	1	14	13	4	5	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		>= 16 anos	13	4	10	2	10	9	2	7	2	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		NR	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Total	147	88	205	19	275	241	75	51	41	123	97	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2

(continua)

Quadro 4.8 (continuação)

		Motivos																					
		Faixa etária	Fazer Amigos	Trabalhos Escolares	Diversão	Namorar	Comunicar com Amigos	Comunicar com Familiares	Adquirir Conhecimentos	Fazer Downloads	Partilhar Ficheiros	Fazer Comentários	Curiosidade	Passar Tempo	Ver Fotos	Visitar as Páginas dos Amigos	Redtube.com	Socializar	Ser Popular	Para se atualizar	Manter Contacto	Arranjar Namorada	NR
Concelhos	Pombal	Até os 10 anos	11	3	16	2	22	20	2	1	3	9	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		11 anos	43	28	78	7	99	81	29	14	20	49	36	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
		12 anos	35	22	70	20	88	77	19	26	27	58	43	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1
		13 anos	46	27	57	15	83	66	25	25	28	58	44	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		14 anos	39	13	26	9	45	41	12	13	14	26	29	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
		15 anos	14	7	11	3	19	17	8	11	10	16	13	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
		>= 16 anos	3	3	4	1	5	4	3	4	3	4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		NR	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total	191	103	262	57	362	306	98	94	105	220	174	1	1	1	1	0	1	1	0	0	4	
	Santiago do Cacém	Até os 10 anos	6	10	23	0	28	21	10	4	3	9	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		11 anos	12	15	29	1	35	33	13	4	5	15	13	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		12 anos	17	17	32	5	38	34	15	9	7	16	11	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		13 anos	27	18	30	9	44	35	11	12	9	25	18	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0
		14 anos	36	20	42	8	61	48	16	18	19	41	29	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
		15 anos	14	12	17	3	27	19	11	10	7	11	11	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
		>= 16 anos	12	5	12	6	13	9	4	5	6	9	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Total	124	97	185	32	246	199	80	62	56	126	97	1	2	0	0	2	0	0	2	1	3
	Total por Motivo		595	364	798	132	1092	911	299	251	247	564	446	3	3	3	1	2	1	1	2	1	12

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Pelo quadro anterior, é possível observar o seguinte:

✓ No concelho de Coimbra, 91 dos 103 inquiridos (88,35%) afirmam que a razão da utilização das redes sociais é para comunicar com os amigos, e a faixa etária maioritária daqueles 91 inquiridos é a dos 12 anos, com 30,77% (28 dos 91 inquiridos);

✓ No concelho de Condeixa-a-Nova, 118 dos 146 inquiridos (80,82%) afirmam que a razão da utilização das redes sociais é para comunicar com os amigos, e a faixa etária maioritária daqueles 118 inquiridos é a dos 14 anos, com 25,42% (30 dos 118 inquiridos);

✓ No concelho da Guarda, 275 dos 330 inquiridos (83,64%) afirmam que a razão da utilização das redes sociais é para comunicar com os amigos, e a faixa etária maioritária daqueles 275 inquiridos é a dos 11 anos, com 28% (77 dos 275 inquiridos);

✓ No concelho de Pombal, 362 dos 397 inquiridos (91,18%) afirmam que a razão da utilização das redes sociais é para comunicar com os amigos, e a faixa etária maioritária daqueles 362 inquiridos é a dos 11 anos, com 27,35% (99 dos 362 inquiridos);

✓ No concelho de Santiago do Cacém, 246 dos 279 inquiridos (88,17%) afirmam que a razão da utilização das redes sociais é para comunicar com os amigos, e a faixa etária maioritária daqueles 246 inquiridos é a dos 14 anos, com 24,80% (61 dos 246 inquiridos);

✓ Dos 1255 inquiridos, 12 inquiridos não se pronunciaram sobre o motivo de utilização das redes sociais.

Em suma, o motivo com maior peso é “Comunicar com amigos” (1092 dos 1255 inquiridos, ou seja, 87,01%), em segundo lugar o motivo é “Comunicar com Familiares” (911 dos 1255 inquiridos, ou seja, 72,59%) e em terceiro lugar aparece o motivo “Diversão” (798 dos 1255 inquiridos, ou seja, 63,59%).

Nesta questão, doze do total de 1255 inquiridos não mencionaram o motivo de utilização das redes sociais.

4.1.9 Grau de segurança das redes sociais.

Pela análise das respostas dadas à questão 21 (“Qual consideras ser o grau de segurança da utilização de redes sociais?”), e de acordo com a figura 4.7, constata-se que a maioria dos inquiridos que utiliza as RS considera que o seu grau de segurança é razoável (acima de 54%), à excepção da Escola Secundária com 3º Ciclo de Padre António Macedo (Escola 8 – Santiago do Cacém), que considera que as RS têm pouca segurança.

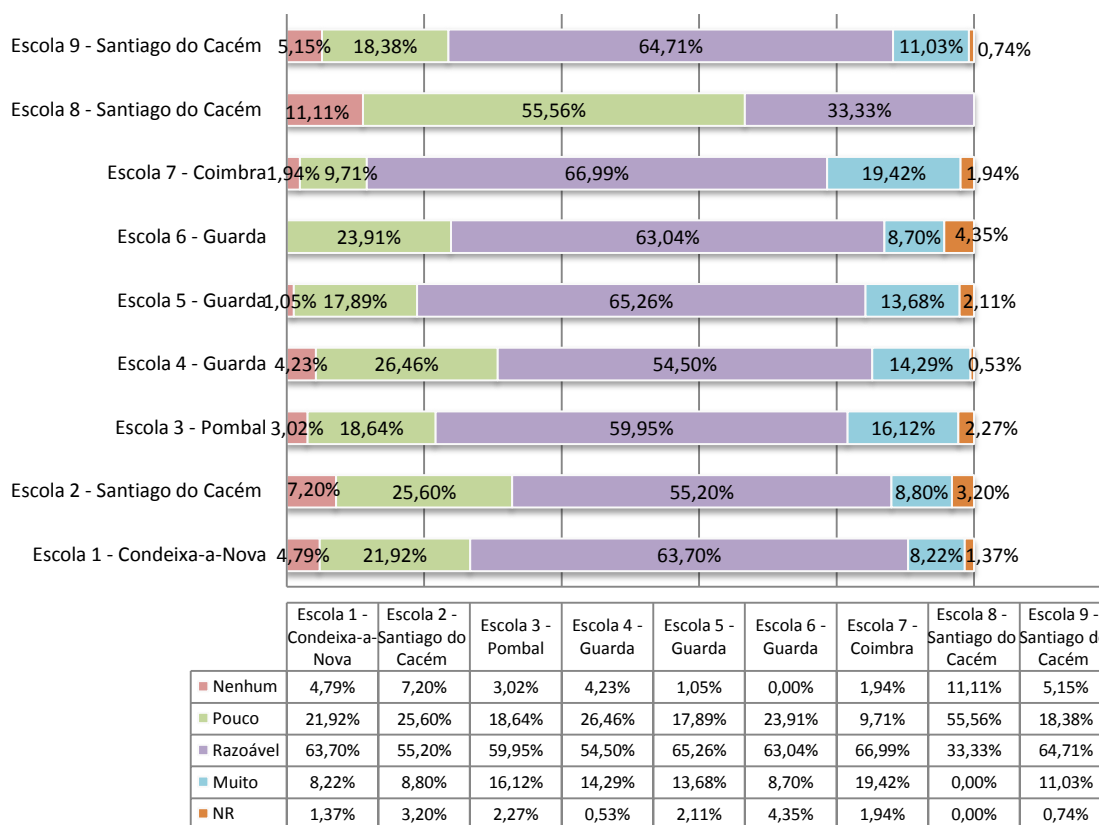


Figura 4.7. Utilização de redes sociais: Grau de segurança, por escola (%).

Fonte: apuramento dos inquéritos.

O quadro seguinte mostra a distribuição do grau de segurança por género, faixa etária e concelho.

Quadro 4.9 Utilização de redes sociais: Grau de segurança, por concelho, por género e por faixa etária (frequência relativa).

			Grau de Segurança										Total por Faixa etária (N)	
			Nenhum		Pouco		Razoável			Muito		NR		
			Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	NR	Masculino	Feminino	Masculino		Feminino
Concelhos	Coimbra	Faixa etária	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	NR	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	
		Até os 10 anos	1	0	2	1	4	9	0	0	1	0	0	18
		11 anos	0	0	1	2	7	6	0	4	5	0	0	25
		12 anos	0	0	1	0	10	12	0	4	3	0	2	32
		13 anos	0	0	1	0	7	4	0	1	0	0	0	13
		14 anos	1	0	1	1	4	0	0	1	0	0	0	8
		15 anos	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	4
		>= 16 anos	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	3
	Total	2	0	6	4	35	34	0	10	10	0	2	103	
	Condeixa-a-Nova	Até os 10 anos	1	0	1	4	4	4	0	0	1	0	0	15
		11 anos	1	2	0	4	7	7	0	4	4	0	0	29
		12 anos	0	0	4	2	9	9	0	0	0	0	0	24
		13 anos	2	0	4	0	6	10	0	2	0	0	0	24
		14 anos	1	0	2	5	11	15	0	0	1	0	1	36
		15 anos	0	0	0	5	4	5	0	0	0	0	0	14
		>= 16 anos	0	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	4
		Total	5	2	11	21	41	52	0	6	6	1	1	146
	Guarda	Até os 10 anos	2	2	8	17	12	17	0	1	9	0	0	68
		11 anos	2	1	12	8	26	30	0	6	6	1	0	92
		12 anos	0	0	4	8	17	18	0	8	7	0	0	62
		13 anos	0	1	3	6	10	15	0	3	2	1	1	42
		14 anos	0	0	2	2	12	16	0	0	1	0	0	33
		15 anos	1	0	3	1	7	4	0	0	0	0	1	17
		>= 16 anos	0	0	2	2	4	5	0	1	0	1	0	15
		NR	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	Total	5	4	34	44	88	106	0	19	25	3	2	330	
	Pombal	Até os 10 anos	0	2	1	1	9	6	0	4	6	0	2	31
		11 anos	1	0	10	13	22	38	0	12	11	1	2	110
		12 anos	1	2	10	12	28	26	0	6	7	1	1	94
		13 anos	2	1	5	10	29	30	1	3	2	2	0	85
		14 anos	2	0	3	4	19	18	0	4	1	0	0	51
		15 anos	1	0	0	2	3	7	0	6	1	0	0	20
		>= 16 anos	0	0	3	0	1	0	0	1	0	0	0	1
		NR	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Total	7	5	32	42	111	125	2	36	28	4	5	397		

(continua)

Quadro 4.9 (continuação)

		Faixa etária	Grau de Segurança										Total por Faixa etária (N)	
			Nenhum		Pouco		Razoável			Muito		NR		
			Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	NR	Masculino	Feminino	Masculino		Feminino
Concelhos	Santiago do Cacém	Até os 10 anos	0	0	2	6	6	12	0	2	5	0	3	36
		11 anos	1	4	7	4	6	17	0	0	0	0	1	40
		12 anos	0	2	2	7	11	13	0	2	4	0	0	41
		13 anos	4	1	3	5	11	22	0	4	0	0	0	50
		14 anos	0	1	5	7	24	22	0	6	0	0	0	65
		15 anos	1	0	5	9	5	7	0	2	0	1	0	30
		>= 16 anos	3	1	4	1	6	1	0	0	1	0	0	17
		Total	9	9	28	39	69	94	0	16	10	1	4	279
	Total por Género	28	20	111	150	344	411	2	87	79	9	14	1255	
	Total por Grau de Segurança (N)	48		261		757			166		23			

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Da análise do quadro anterior, retiramos as seguintes conclusões:

✓ No concelho de Coimbra, 69 dos 103 inquiridos (66,99%) afirmam que as redes sociais têm um grau de segurança razoável, e a faixa etária maioritária daqueles 69 inquiridos é a dos 12 anos, com 31,88% (22 dos 69 inquiridos);

✓ No concelho de Condeixa-a-Nova, 93 dos 146 inquiridos (63,70%) afirmam que as redes sociais têm um grau de segurança razoável, e a faixa etária maioritária daqueles 93 inquiridos é a dos 14 anos, com 27,96% (26 dos 93 inquiridos);

✓ No concelho da Guarda, 194 dos 330 inquiridos (58,79%) afirmam que as redes sociais têm um grau de segurança razoável, e a faixa etária maioritária daqueles 194 inquiridos é a dos 11 anos, com 28,87% (56 dos 194 inquiridos);

✓ No concelho de Pombal, 236 dos 397 inquiridos (59,45%) afirmam que as redes sociais têm um grau de segurança razoável, e as faixas etárias maioritárias daqueles 236 inquiridos são as dos 11 e dos 13 anos, com 25,42% (60 dos 236 inquiridos) e 25% (59 dos 236 inquiridos), respectivamente;

✓ No concelho de Santiago do Cacém, 163 dos 279 inquiridos (58,42%) afirmam que as redes sociais têm um grau de segurança razoável, e a faixa etária maioritária daqueles 163 inquiridos é a dos 14 anos, com 28,22% (46 dos 163 inquiridos);

✓ Dos 1255 inquiridos, 757 inquiridos (60,32%) afirmam que as redes sociais têm um grau de segurança razoável. Destes 757 inquiridos, 54,29% (411 dos 757 inquiridos) são do género feminino, 45,44% (344 dos 757 inquiridos) do género masculino, e 2 inquiridos não identificaram o género;

✓ Dos 1255 inquiridos, 23 inquiridos (1,83%) não se pronunciaram sobre o grau de segurança das redes sociais.

Em suma, verificamos que o grau de segurança das redes sociais considerado pelos inquiridos é razoável (757 dos 1255 inquiridos, ou seja, 60,32%), variando a faixa etária (destaca-se a faixa etária dos 11 anos, com 166 dos 1255 inquiridos (13,23%), dos 12 anos com 153 dos 1255 inquiridos (12,19%), dos 13 anos com 144 dos 1255 inquiridos (11,47%) e dos 14 anos com 141 dos 1255 inquiridos (11,24%)) e o género (destaca-se o género feminino com 411 inquiridos (32,75%) e a seguir o género masculino com 344 inquiridos (27,41%) dos 1255) por concelho.

4.2 Análise e Interpretação dos Resultados de Estimação.

Nesta secção, começaremos por fazer uma análise inferencial de forma a verificar se existe alguma independência entre as variáveis e depois passamos para a estimação de um conjunto de variáveis sobre o tempo gasto nas RS bem como o motivo de adesão.

4.2.1 Análise inferencial.

Para a análise inferencial foram realizados vários testes de independência ou associação para determinar se existia alguma associação entre as variáveis relevantes para o presente estudo.

Neste sentido, utilizou-se o teste não paramétrico do qui-quadrado, uma vez que existem dados qualitativos, os quais se encontram organizados em tabelas de contingência que reúnem frequências (ou contagens) de classes de estudo (isto é, escala nominal).

O teste do qui-quadrado é um teste não paramétrico cuja hipótese nula é H_0 : existe independência entre as variáveis.

A hipótese nula, de independência entre as variáveis relevantes, é rejeitada ao nível de significância de 5%, isto é, existe dependência significativa entre as variáveis.

Para a realização dos testes do qui-quadrado foram seleccionadas algumas variáveis pela relevância em verificar: (1) se o tempo gasto nas redes sociais é dependente ou independente do concelho, da faixa etária, do género, do nível de escolaridade, do motivo de adesão às RS, do conhecimento dos pais ou não da utilização das RS, do local onde utilizam as RS e do tipo de pessoas a que estão conectados; (2) se o motivo de adesão às RS é dependente ou independente da faixa etária, do género e do conhecimento dos pais ou não da utilização das RS; (3) se o tipo de pessoas a que estão conectados é dependente ou independente do conhecimento dos pais ou não da utilização das RS e do processo de descoberta da 1ª rede social.

Nos quadros apresentados nesta sub-secção, utilizamos a seguinte simbologia:

⇒ Valores Observados: VO;

⇒ Valores Esperados: VE.

4.2.1.1 Teste de independência - concelhos vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se os concelhos e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.10, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “concelhos” e “tempo gasto nas redes sociais” são independentes.

Quadro 4.10 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: concelhos vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Concelhos</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						<i>Total</i>
	<i>Menos 1 vez por semana</i>	<i>2 a 4 vezes por semana</i>	<i>5 a 6 vezes por semana</i>	<i>Todos os dias e até 1 hora</i>	<i>Todos os dias e entre 2 a 4 horas</i>	<i>Todos os dias e mais de 4 horas</i>	
Coimbra	19	43	9	21	9	2	103
Condeixa	34	47	20	21	19	5	146
Guarda	86	145	38	39	16	6	330
Pombal	65	159	53	61	41	18	397
Santiago do Cacém	51	94	32	46	40	16	279
Total	255	488	152	188	125	47	1255

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : O concelho e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

H_1 : caso contrário.

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 46,0101$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por:

$$\chi^2_{20;0,95} = 31,41.$$

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “concelhos” e “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®)

$$p\text{-value} = P(Y \geq 46,0101) = 2,56534E-06, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{20}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 , já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$).

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos “concelhos” e “tempo gasto nas redes sociais”, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados e os valores esperados, que se apresenta a seguir:

Quadro 4.11 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: concelhos vs tempo gasto nas redes sociais.*

	<i>Tempo gasto nas RS</i>											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
<i>Concelhos</i>	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Coimbra	19	20,93	43	40,05	9	12,47	21	15,43	9	10,26	2	10,26
Condeixa	34	29,67	47	56,77	20	17,68	21	21,87	19	14,54	5	5,47
Guarda	86	67,05	145	128,32	38	39,97	39	49,43	16	32,87	6	12,36
Pombal	65	80,67	159	154,37	53	48,08	61	59,47	41	39,54	18	39,54
Santiago do Cacém	51	56,69	94	108,49	32	33,79	46	41,79	40	27,79	16	10,45

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Guarda, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (Guarda, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (Pombal, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (Coimbra, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (Santiago do Cacém, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS) e (Santiago do Cacém, gasta mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que quando o número de indivíduos no concelho da Guarda, aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta tendencialmente, e quando o número de indivíduos no concelho de Santiago do Cacém aumenta, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS todos os dias da

semana, sendo estas as razões de peso para a rejeição da hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.2 Teste de independência - faixa etária vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se a faixa etária e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.12, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “faixa etária” e “tempo gasto nas redes sociais” são independentes.

Quadro 4.12 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: faixa etária vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Faixa etária</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						Total
	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	
Até 10 anos	50	80	10	16	9	3	168
11 anos	71	134	24	46	18	4	297
12 anos	60	104	32	32	18	8	254
13 anos	32	70	40	32	28	12	214
14 anos	28	64	29	32	28	12	193
15 anos	6	25	15	18	15	6	85
Mais de 15 anos	8	11	2	12	9	2	44
Total	255	488	152	188	125	47	1255

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *A faixa etária e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 112,9984$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{30;0,95} = 43,77$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “faixa etária” e “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 112,9984) = 1,48385E - 11, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{30}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “faixa etária” e o “tempo gasto nas redes sociais”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos “faixa etária” e o “tempo gasto nas redes sociais”, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados (VO) e os valores esperados (VE), que se apresenta a seguir:

Quadro 4.13 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: faixa etária vs tempo gasto nas redes sociais.*

Faixa etária	Tempo gasto nas RS											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Até 10 anos	50	34,14	80	65,33	10	20,35	16	25,17	9	16,73	3	6,29
11 anos	71	60,35	134	115,49	24	35,97	46	44,49	18	29,58	4	11,12
12 anos	60	51,61	104	98,77	32	30,76	32	38,05	18	25,30	8	9,51
13 anos	32	43,48	70	83,21	40	25,92	32	32,06	28	21,31	12	8,01
14 anos	28	39,22	64	75,05	29	23,38	32	28,91	28	19,22	12	7,23
15 anos	6	17,27	25	33,05	15	10,29	18	12,73	15	8,47	6	3,18
Mais de 15 anos	8	8,94	11	17,11	2	5,33	12	6,59	9	4,38	2	1,65

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Até 10 anos, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (11 anos, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (13 anos, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (15 anos, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (14 anos, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS) e (14 anos, gasta mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados

superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que quando o número de indivíduos com idades inferiores a 13 anos aumenta, o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta, e quando o número de indivíduos com idades superiores a 14 anos aumenta, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS todos os dias da semana, sendo estas as razões de peso para a rejeição da hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.3 Teste de independência - género vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se o género e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.14, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “género” e o “tempo gasto nas redes sociais” são independentes.

Quadro 4.14 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: género vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Género</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						<i>Total</i>
	<i>Menos 1 vez por semana</i>	<i>2 a 4 vezes por semana</i>	<i>5 a 6 vezes por semana</i>	<i>Todos os dias e até 1 hora</i>	<i>Todos os dias e entre 2 a 4 horas</i>	<i>Todos os dias e mais de 4 horas</i>	
Masculino	97	215	71	106	62	28	579
Feminino	158	273	81	82	63	19	676
Total	255	488	152	188	125	47	1255

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *O género e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 19,5584$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{5;0,95} = 11,07$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “gênero” e o “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 19,5584) = 0,001512032, \text{ em que } Y \stackrel{a}{\sim} \chi^2_5.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “gênero” e “tempo gasto nas redes sociais”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos “gênero” e “tempo gasto nas redes sociais”, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados (VO) e os valores esperados (VE), que se apresenta a seguir:

Quadro 4.15 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: gênero vs tempo gasto nas redes sociais.*

	<i>Tempo gasto nas RS</i>											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Gênero												
Masculino	97	117,65	215	225,14	71	70,13	106	86,73	62	57,67	28	21,68
Feminino	158	137,35	273	262,86	81	81,87	82	101,27	63	67,33	19	25,32

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Feminino, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (Feminino, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (Masculino, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (Masculino, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (Masculino, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS) e (Masculino, gasta mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que quando o número de indivíduos do gênero feminino aumenta, o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta, e quando o número

de indivíduos do género masculino aumenta, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS mais de 5 vezes por semana ou todos os dias da semana, sendo estas as razões de peso para a rejeição da hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.4 Teste de independência - nível de escolaridade vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se o nível de escolaridade e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.16, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “nível de escolaridade” e “tempo gasto nas redes sociais” são independentes.

Quadro 4.16 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: nível de escolaridade vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Nível de Escolaridade</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						Total
	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	
5.º ano	84	134	14	34	15	5	286
6.º ano	86	146	36	45	26	7	346
7.º ano	35	91	44	31	26	17	244
8.º ano	32	57	31	34	27	13	194
9.º ano	18	60	27	44	31	5	185
Total	255	488	152	188	125	47	1255

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : O nível de escolaridade e o tempo gasto nas RS são independentes.

H_1 : caso contrário.

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 118,5549$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{20;0,95} = 31,41$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “nível de escolaridade” e “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 118,5549) = 5,27727\text{E-}16, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{20}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “nível de escolaridade” e “tempo gasto nas redes sociais”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os “nível de escolaridade” e “tempo gasto nas redes sociais”, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados (VO) e os valores esperados (VE), que se apresenta a seguir:

Quadro 4.17 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: nível de escolaridade vs tempo gasto nas redes sociais.*

	Tempo gasto nas RS											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
Nível de Escolaridade	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
5.º ano	84	58,11	134	111,21	14	34,64	34	42,84	15	28,49	5	10,71
6.º ano	86	70,30	146	134,54	36	41,91	45	51,83	26	34,46	7	12,96
7.º ano	35	49,58	91	94,88	44	29,55	31	36,55	26	24,30	17	9,14
8.º ano	32	39,42	57	75,44	31	23,50	34	29,06	27	19,32	13	7,27
9.º ano	18	37,59	60	71,94	27	22,41	44	27,71	31	18,43	5	6,93

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (5.º ano, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (5.º ano, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (7.º ano, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (9.º ano, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (9.º ano, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS) e (7.º ano, gasta

mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que:

- quando o número de indivíduos do 5.º e 6.º ano de escolaridade aumenta, o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta;
- quando aumenta o número de indivíduos do 7.º ano de escolaridade, também aumenta tendencialmente o número de indivíduos que utiliza as RS 5 a 6 vezes por semana;
- quando aumenta o número de indivíduos do 8.º ano de escolaridade, também aumenta tendencialmente o número de indivíduos que utiliza as RS pelo menos 5 a 6 vezes por semana e o n.º de indivíduos que utiliza as RS todos os dias da semana e mais de 2 horas;
- quando aumenta o número de indivíduos do 9.º ano de escolaridade, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS pelo menos 5 a 6 vezes por semana e o n.º de indivíduos que utiliza as RS todos os dias da semana e menos de 4 horas.

Por estas razões de peso rejeita-se a hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.5 Teste de independência - pais têm conhecimento ou não da utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se a variável os pais têm conhecimento ou não da utilização das RS e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

A análise das respostas dadas à questão sobre se os “pais têm conhecimento ou não da utilização das RS”, suscita algumas dúvidas em relação à veracidade das respostas dadas pelos inquiridos, no entanto, é feito o teste tendo em conta os dados da amostra.

No quadro 4.18, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “pais têm conhecimento ou não da utilização das RS” e “tempo gasto nas redes sociais” são independentes.

Quadro 4.18 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: pais têm conhecimento ou não da utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Pais têm conhecimento da utilização das RS?</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>					Total
	Menos 1 vez	2 a 4 vezes	5 a 6 vezes	Todos os dias e até 1 hora	[Todos os dias e entre 2 a 4 horas] + [Todos os dias e mais de 4 horas]	
Sim	253	484	147	182	168	1234
Não	2	4	5	6	4	21
Total	255	488	152	188	172	1255

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As hipóteses a testar nesta situação são:

H_0 : *Os pais tem conhecimento ou não da utilização das RS e o tempo gasto nas RS são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 8,8777$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{4;0,95} = 9,49$.

A decisão a tomar é de não rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “pais têm conhecimento ou não da utilização das RS” e “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 8,8777) = 0,064230799, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_4.$$

Conclui-se que não se rejeita H_0 , já que o *p-value* aproximado é ligeiramente superior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Logo, as variáveis “pais têm conhecimento ou não da utilização das RS” e “tempo gasto nas redes sociais” são independentes, pelo que podemos dizer que independentemente do facto de os pais terem conhecimento ou não de que os filhos utilizam as RS a probabilidade de tempo gasto nas redes sociais é a mesma.

4.2.1.6 Teste de independência - tipo de pessoas a que estão conectados os adolescentes vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se o tipo de pessoas a que estão conectados os adolescentes e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.19, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “tipo de pessoas a que estão conectados” e “tempo gasto nas redes sociais” são independentes.

Quadro 4.19 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: tipo de pessoas a que estão conectados vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Tipo de pessoas a que estão conectados</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						Total
	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	
Familiares	215	418	132	152	108	37	1062
Amigos	222	454	148	174	120	46	1164
Colegas da Escola	195	413	136	153	111	39	1047
Conhecidos	5	7	5	5	5	1	28
Desconhecidos	0	15	7	7	11	6	46
Outros ⁹	11	23	16	13	12	13	88
Total	648	1330	444	504	367	142	3435

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *O tipo de pessoas a que estão conectadas e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 65,1711$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{25;0,95} = 37,65$.

⁹ Amigos de familiares, de amigos, namorados, vizinhos, amigos da internet, interesses culturais, ídolos de desporto, professores, inimigos, empresas, rádios e escolas.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos tipo de pessoas a que estão conectados e tempo gasto nas redes sociais.

O p -value aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 65,1711) = 1,95471E - 05, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{25}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o p -value aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “tipo de pessoas a que estão conectadas” e “tempo gasto nas redes sociais”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos tipo de pessoas a que estão conectadas e tempo gasto nas RS, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados (VO) e os valores esperados (VE), que se apresenta a seguir:

Quadro 4.20 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: tipo de pessoas a que estão conectadas vs tempo gasto nas redes sociais.*

	<i>Tempo gasto nas RS</i>											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
<i>Tipo de pessoas conectadas</i>												
Familiares	215	200,34	418	411,20	132	137,27	152	155,82	108	113,47	37	43,90
Amigos	222	219,58	454	450,69	148	150,46	174	170,79	120	124,36	46	48,12
Colegas da Escola	195	197,51	413	405,39	136	135,33	153	153,62	111	111,86	39	43,28
Conhecidos	5	5,28	7	10,84	5	3,62	5	4,11	5	2,99	1	1,16
Desconhecidos	0	8,68	15	17,81	7	5,95	7	6,75	11	4,91	6	1,90
Outros	11	16,60	23	34,07	16	11,37	13	12,91	12	9,40	13	3,64

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Familiares, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (Colegas da Escola, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (Outros, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (Amigos, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (Desconhecidos, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS)

e (Outros, gasta mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que quando aumenta o tipo de pessoas a que estão conectados das categorias “Familiares” e “Amigos”, o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta, e quando aumenta o tipo de pessoas a que estão conectados das categorias “Desconhecidos” e “Outros”, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS mais de 5 vezes por semana ou todos os dias da semana, sendo estas as razões de peso para a rejeição da hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.7 Teste de independência - local de utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se o local de utilização das RS e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.21, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “local de utilização das RS” e “tempo gasto nas RS” são independentes.

Quadro 4.21 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: local de utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Local de utilização das RS</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						Total
	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	
Casa	230	471	151	182	124	47	1205
Escola	74	137	45	53	39	19	367
Casa de Amigos	27	115	48	51	47	16	304
Bibliotecas	33	81	25	22	20	14	195

(continua)

Quadro 4.21 (continuação)

<i>Local de utilização das RS</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						Total
	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	
Locais Públicos	2	9	3	3	5	5	27
Outros ¹⁰	5	15	5	12	3	1	41
Total	371	828	277	323	238	102	2139

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *O local de utilização das RS e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 53,7383$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{25;0,95} = 37,65$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “local de utilização das RS” e “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$p\text{-value} = P(Y \geq 53,7383) = 0,000718387$, em que $Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{25}$.

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “local de utilização das RS” e o “tempo gasto nas redes sociais”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos local de utilização das RS e tempo gasto nas RS, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados (VO) e os valores esperados (VE), que se apresenta a seguir:

¹⁰ Cafés, Trabalho dos Pais, Telemóvel, Casa de Familiares.

Quadro 4.22 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: local de utilização das RS vs tempo gasto nas redes sociais.*

<i>Local de utilização das RS</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Casa	230	209,00	471	466,45	151	156,05	182	181,96	124	134,08	47	57,46
Escola	74	63,65	137	142,06	45	47,53	53	55,42	39	40,83	19	17,50
Casa de Amigos	27	52,73	115	117,68	48	39,37	51	45,91	47	33,83	16	14,50
Bibliotecas	33	33,82	81	75,48	25	25,25	22	29,45	20	21,70	14	9,30
Locais Públicos	2	4,68	9	10,45	3	3,50	3	4,08	5	3,00	5	1,29
Outros	5	7,11	15	15,87	5	5,31	12	6,19	3	4,56	1	1,96

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Casa, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (Bibliotecas, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (Casa de Amigos, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (Outros, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (Casa de Amigos, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS) e (Bibliotecas, gasta mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que quando o número de indivíduos que utiliza as RS em casa aumenta, o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta, e quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS em casa de amigos também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS mais de 5 vezes por semana ou todos os dias da semana, sendo estas as razões de peso para a rejeição da hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.8 Teste de independência - motivo de utilização das redes sociais vs tempo gasto nas redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se o motivo de utilização das RS e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.

No quadro 4.23, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “motivo de utilização das RS” e “tempo gasto nas RS” são independentes.

Quadro 4.23 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivo de utilização vs tempo gasto nas RS.*

<i>Motivo de utilização</i>	<i>Tempo gasto nas RS</i>						Total
	Menos 1 vez por semana	2 a 4 vezes por semana	5 a 6 vezes por semana	Todos os dias e até 1 hora	Todos os dias e entre 2 a 4 horas	Todos os dias e mais de 4 horas	
Fazer Amigos	75	228	83	101	77	31	595
Trabalhos Escolares	73	130	48	52	40	21	364
Diversão	130	313	114	113	89	39	798
Namorar	14	38	17	20	24	19	132
Comunicar com Amigos	212	433	144	163	111	41	1104
Comunicar com Familiares	177	364	112	132	94	32	911
Adquirir Conhecimentos	46	121	44	41	32	15	299
Fazer Downloads	26	75	44	46	34	26	251
Fazer Comentários	68	210	84	94	76	32	564
Curiosidade	62	147	71	81	58	27	446
Outros ¹¹	20	94	41	41	43	25	264
Total	903	2153	802	884	678	308	5728

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *O motivo de utilização das RS e o tempo gasto nas redes sociais são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 146,2517$.

¹¹ Partilhar Ficheiros, Passar tempo, Ver fotos, Visitar as páginas dos Amigos, Ver RedTube.com, Socializar, Ser Popular, Para se actualizar, Manter Contacto, Arranjar Namorada.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{50;0,95} = 67,50$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “motivo de uso das RS” e “tempo gasto nas redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 146,2517) = 2,26745E - 11, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{50}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é bastante inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “motivo de utilização das RS” e “tempo gasto nas redes sociais”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos “motivo de utilização das RS” e “tempo gasto as redes sociais”, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados e os valores esperados, que se apresenta a seguir:

Quadro 4.24 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: motivo de utilização vs tempo gasto nas RS.*

	Tempo gasto nas RS											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
Motivo de utilização	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Fazer Amigos	75	93,80	228	223,64	83	83,31	101	91,83	77	70,43	31	31,99
Trabalhos Escolares	73	57,38	130	136,82	48	50,97	52	56,18	40	43,09	21	19,57
Diversão	130	125,80	313	299,95	114	111,73	113	123,16	89	94,46	39	42,91
Namorar	14	20,81	38	49,62	17	18,48	20	20,37	24	15,62	19	7,10
Comunicar com Amigos	212	174,04	433	414,96	144	154,58	163	170,38	111	130,68	41	59,36
Comunicar com Familiares	177	143,62	364	342,42	112	127,55	132	140,59	94	107,83	32	48,99
Adquirir Conhecimentos	46	47,14	121	112,39	44	41,86	41	46,14	32	35,39	15	16,08
Fazer Downloads	26	39,57	75	94,34	44	35,14	46	38,74	34	29,71	26	13,50

(continua)

Quadro 4.24 (continuação)

	<i>Tempo gasto nas RS</i>											
	Menos 1 vez por semana		2 a 4 vezes por semana		5 a 6 vezes por semana		Todos os dias e até 1 hora		Todos os dias e entre 2 a 4 horas		Todos os dias e mais de 4 horas	
<i>Motivo de utilização</i>	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Fazer Comentários	68	88,91	210	211,99	84	78,97	94	87,04	76	66,76	32	30,33
Curiosidade	62	70,31	147	167,64	71	62,45	81	68,83	58	52,79	27	23,98
Outros	20	41,62	94	99,23	41	36,96	41	40,74	43	31,25	25	14,20

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Comunicar com Amigos, gasta menos de 1 vez por semana nas RS), (Comunicar com familiares, gasta 2 a 4 vezes por semana nas RS), (Fazer Downloads, gasta 5 a 6 vezes por semana nas RS), (Curiosidade, gasta até 1 hora todos os dias da semana nas RS), (Fazer Comentários, gasta 2 a 4 horas todos os dias da semana nas RS) e (Fazer Downloads, gasta mais de 4 horas todos os dias da semana nas RS), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que:

- quando o número de indivíduos que utiliza as RS para comunicar com os amigos e com os familiares aumenta, o número de indivíduos que utiliza as RS menos de 4 vezes por semana aumenta tendencialmente;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para fazer downloads, fazer comentários, por curiosidade ou outro motivo, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS mais de 5 vezes por semana ou todos os dias da semana;
- e quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para namorar, também aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS mais de 1 hora todos os dias da semana.

Por estas razões de peso rejeita-se a hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.9 Teste de independência – faixa etária vs motivo de utilização das redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se a faixa etária e o motivo de utilização das RS são independentes.

No quadro 4.25, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “faixa etária” e “motivo de utilização das RS” são independentes.

Quadro 4.25 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivo de utilização vs faixas etárias.*

<i>Motivo de utilização</i>	<i>Faixas etárias</i>							<i>Total</i>
	<i>Até 10 anos</i>	<i>11 anos</i>	<i>12 anos</i>	<i>13 anos</i>	<i>14 anos</i>	<i>15 anos</i>	<i>Mais de 15 anos</i>	
Fazer Amigos	55	107	114	118	121	48	32	595
Trabalhos Escolares	44	84	73	69	51	28	15	364
Diversão	107	200	180	134	107	43	27	798
Comunicar com Amigos	144	258	228	195	169	76	34	1104
Comunicar com Familiares	125	221	196	151	132	58	28	911
Adquirir Conhecimentos	31	81	59	51	40	28	9	299
Fazer Downloads	16	32	56	51	48	30	18	251
Partilhar Ficheiros	18	43	57	48	46	23	12	247
Fazer Comentários	54	114	127	118	90	40	21	564
Curiosidade	44	96	90	92	77	33	14	446
Outros ¹²	8	19	39	32	29	12	10	149
Total	646	1255	1219	1059	910	419	220	5728

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *A faixa etária e o motivo de utilização das redes sociais são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 131,4129$.

¹² Namorar, Passar tempo, Ver fotos, Visitar as páginas dos Amigos, Ver RedTube.com, Socializar, Ser Popular, Para se actualizar, Manter Contacto e Arranjar Namorada.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{60;0,95} = 79,08$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “faixa etária” e “motivo de utilização das RS”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 131,4129) = 2,9684E - 07, \text{ em que } Y \stackrel{a}{\sim} \chi^2_{60}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “faixa etária” e “motivo de utilização das RS”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos distrito e utilização das RS, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados e os valores esperados, que se apresenta a seguir:

Quadro 4.26 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: motivo de utilização vs faixas etárias.*

	Faixas etárias													
	Até 10 anos		11 anos		12 anos		13 anos		14 anos		15 anos		Mais de 15 anos	
Motivo de utilização	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE	VO	VE
Fazer Amigos	55	67,10	107	130,36	114	126,62	118	110,00	121	94,53	48	43,52	32	22,85
Trabalhos Escolares	44	41,05	84	79,75	73	77,46	69	67,30	51	57,83	28	26,63	15	13,98
Diversão	107	90,00	200	174,84	180	169,83	134	147,54	107	126,78	43	58,37	27	30,65
Comunicar com Amigos	144	124,51	258	241,89	228	234,95	195	204,11	169	175,39	76	80,76	34	42,40
Comunicar com Familiares	125	102,74	221	199,60	196	193,87	151	168,43	132	144,73	58	66,64	28	34,99
Adquirir Conhecimentos	31	33,72	81	65,51	59	63,63	51	55,28	40	47,50	28	21,87	9	11,48
Fazer Downloads	16	28,31	32	54,99	56	53,42	51	46,41	48	39,88	30	18,36	18	9,64
Partilhar Ficheiros	18	27,86	43	54,12	57	52,57	48	45,67	46	39,24	23	18,07	12	9,49
Fazer Comentários	54	63,61	114	123,57	127	120,03	118	104,27	90	89,60	40	41,26	21	21,66
Curiosidade	44	50,30	96	97,72	90	94,92	92	82,46	77	70,86	33	32,62	14	17,13
Outros	8	16,80	19	32,65	39	31,71	32	27,55	29	23,67	12	10,90	10	5,72

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Comunicar com Familiares, Até 10 anos), (Diversão, 11 Anos), (Diversão, 12 Anos), (Fazer comentários, 13 Anos), (Fazer amigos, 14 Anos), (Fazer Downloads, 15 Anos) e (Fazer amigos, Mais de 15 Anos), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que:

- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para fazer amigos, o número de indivíduos com idades superiores a 13 anos aumenta tendencialmente;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para diversão e para comunicar com familiares, o número de indivíduos com idades inferiores a 12 anos aumenta tendencialmente;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para partilhar ficheiros ou outro motivo, também aumenta o número de indivíduos com idades superiores a 12 anos;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS por curiosidade, também aumenta o número de indivíduos com idades compreendidas entre os 13 anos e os 15 anos;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para comunicar com os amigos, o número de indivíduos com idades inferiores a 11 anos aumenta tendencialmente;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para fazer comentários, também aumenta o número de indivíduos com idades compreendidas entre os 12 anos e os 14 anos;
- quando aumenta o número de indivíduos que utiliza as RS para fazer downloads, também aumenta o número de indivíduos com idades superiores a 14 anos e com idade de 12 anos.

Por estas razões de peso rejeita-se a hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.10 Teste de independência - género vs motivo de utilização das redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se o género e o motivo de utilização das RS são independentes.

No quadro 4.27, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “género” e “motivo de utilização das RS” são independentes.

Quadro 4.27 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivo de utilização vs género.*

<i>Motivo de utilização</i>	<i>Género</i>		Total
	Masculino	Feminino	
Fazer Amigos	324	271	595
Trabalhos Escolares	133	231	364
Diversão	410	388	798
Namorar	99	33	132
Comunicar com Amigos	483	621	1104
Comunicar com Familiares	384	527	911
Adquirir Conhecimentos	119	180	299
Fazer Downloads	140	111	251
Partilhar Ficheiros	121	126	247
Fazer Comentários	249	315	564
Curiosidade	186	260	446
Outros ¹³	5	12	17
Total	2653	3075	5728

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : O género e o motivo de utilização das redes sociais são independentes.

H_1 : caso contrário.

¹³ Passar tempo, Ver fotos, Visitar as páginas dos Amigos, Ver RedTube.com, Socializar, Ser Popular, Para se actualizar, Manter Contacto e Arranjar Namorada.

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 112,7110$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{11;0,95} = 19,68$.

Assim, a decisão a tomar é de rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “género” e “motivo de utilização das RS”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 112,7110) = 5,2592E - 19, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{11}.$$

Conclui-se que se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é inferior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Ou seja, rejeita-se a hipótese nula de que há independência entre os atributos “género” e “motivo de utilização das RS”.

Uma vez que se rejeitou a hipótese nula de independência entre os atributos distrito e utilização das RS, tem interesse analisar as razões de tal conclusão.

Uma explicação pode encontrar-se no confronto entre os valores observados e os valores esperados, que se apresenta a seguir:

Quadro 4.28 *Tabela dos valores observados e dos valores esperados: motivo de utilização vs género*

	<i>Género</i>			
	Masculino		Feminino	
<i>Motivo de utilização</i>	VO	VE	VO	VE
Fazer Amigos	324	275,58	271	319,42
Trabalhos Escolares	133	168,59	231	195,41
Diversão	410	369,60	388	428,40
Namorar	99	61,14	33	70,86
Comunicar com Amigos	483	511,33	621	592,67
Comunicar com Familiares	384	421,94	527	489,06
Adquirir Conhecimentos	119	138,49	180	160,51
Fazer Downloads	140	116,25	111	134,75
Partilhar Ficheiros	121	114,40	126	132,60
Fazer Comentários	249	261,22	315	302,78
Curiosidade	186	206,57	260	239,43
Outros	5	7,87	12	9,13

Fonte: apuramento dos inquéritos.

As maiores diferenças relativas encontram-se nos pares (Fazer Amigos, Masculino), e (Comunicar com Familiares, Feminino), com os valores observados superiores, do ponto de vista relativo, aos valores esperados. Isto quer dizer que:

- quando o número de indivíduos que utiliza as RS para fazer amigos, por diversão, para namorar, para fazer downloads ou para partilhar ficheiros aumenta, o número de indivíduos do género masculino aumenta tendencialmente;
- e quando o número de indivíduos que utiliza as RS para fazer trabalhos escolares, para comunicar com os amigos ou familiares, para adquirir conhecimentos, fazer comentários, por curiosidade ou outros motivos aumenta, também aumenta o número de indivíduos do género feminino.

Por estas razões de peso rejeita-se a hipótese de independência entre estes dois atributos.

Note-se que todos os valores esperados verificam o $e_{ij} > 1$, pelo que o teste pode considerar-se válido, já que a aproximação da distribuição de amostragem pode considerar-se aceitável.

4.2.1.11 Testes de independência - pais têm conhecimento ou não da utilização das RS vs motivo de utilização das redes sociais.

O que se pretende testar aqui é se a variável os pais têm conhecimento ou não da utilização das RS e o motivo de utilização das redes sociais são independentes.

No quadro 4.29, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “pais têm conhecimento ou não da utilização das RS” e o “motivo de utilização das redes sociais” são independentes.

Quadro 4.29 Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: motivos de utilização vs pais têm conhecimento da utilização das RS.

<i>Motivo de utilização</i>	<i>Pais têm conhecimento da utilização das RS?</i>		Total
	Sim	Não	
Fazer Amigos	582	13	595
Trabalhos Escolares	359	5	364
Diversão	788	10	798
Comunicar com Amigos	1088	16	1104
Comunicar com Familiares	900	11	911
Adquirir Conhecimentos	293	6	299
Fazer Downloads	243	8	251
Partilhar Ficheiros	244	3	247
Fazer Comentários	553	11	564
Curiosidade	436	10	446
Outros ¹⁴	142	7	149
Total	5628	100	5728

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : Os pais têm conhecimento ou não da utilização das RS e o motivo de utilização das redes sociais são independentes.

H_1 : caso contrário.

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 16,1109$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{10;0,95} = 18,31$.

A decisão a tomar é de não rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “pais têm conhecimento ou não da utilização das RS” e “motivo de utilização das redes sociais”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 16,1109) = 0,09650159, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{10}.$$

Conclui-se que não se rejeita H_0 já que o *p-value* aproximado é superior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Logo as variáveis “pais têm conhecimento ou não

¹⁴Namorar, Passar tempo, Ver fotos, Visitar as páginas dos Amigos, Ver RedTube.com, Socializar, Ser Popular, Para se actualizar, Manter Contacto e Arranjar Namorada.

da utilização das RS” e “motivo de utilização das redes sociais” são independentes, pelo que podemos dizer que independentemente do facto de os pais terem conhecimento ou não de que os filhos utilizam as RS, a probabilidade do(s) motivo(s) de adesão às RS é a mesma.

4.2.1.12 Teste de independência - tipo de pessoas a que estão conectados os adolescentes vs pais têm conhecimento ou não da utilização das RS.

O que se pretende testar aqui é se a variável os pais têm conhecimento ou não da utilização das RS e o tipo de pessoas a que estão conectados os adolescentes são independentes.

No quadro 4.30, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “tipo de pessoas a que estão conectados” e o “conhecimento dos pais ou não da utilização das RS” são independentes.

Quadro 4.30 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: tipo de pessoas a que estão conectados vs pais têm conhecimento ou não da utilização das RS.*

<i>Tipo de pessoas a que estão conectados</i>	<i>Pais têm conhecimento da utilização das RS?</i>		Total
	Sim	Não	
Familiares	1051	11	1062
Amigos	1144	20	1164
Colegas da Escola	1033	14	1047
Outros ¹⁵	161	1	162
Total	3389	46	3435

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : *O tipo de pessoas conectadas e o conhecimento dos pais ou não da utilização das RS são independentes.*

H_1 : *caso contrário.*

¹⁵ Amigos de Familiares, Amigos de Amigos, Conhecidos, Namorados, Vizinhos, Amigos da Internet, Desconhecidos, Interesses Culturais, Ídolos de Desporto, Professores, Inimigos, Empresas, Rádios, Escolas.

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 2,6446$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{3;0,95} = 7,81$.

A decisão a tomar é de não rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “tipo de pessoas a que estão conectados” e “conhecimento dos pais ou não da utilização das RS”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 2,6446) = 0,449721, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_3.$$

Conclui-se que não se rejeita H_0 , já que o *p-value* aproximado é superior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Logo as variáveis “tipo de pessoas a que estão conectados” e “conhecimento dos pais ou não da utilização das RS” são independentes, pelo que podemos dizer que, independentemente do facto de os pais terem conhecimento ou não de os filhos utilizarem as RS, a probabilidade de estarem ligados a um determinado tipo de pessoas (e.g. amigos, familiares, colegas de escola) é a mesma.

4.2.1.13 Teste de independência - tipo de pessoas a que estão conectadas vs processo de descoberta da 1ª RS.

O que se pretende testar aqui é se o tipo de pessoas a que estão conectados os adolescentes e o processo de descoberta da 1ª RS são independentes.

No quadro 4.31, são apresentados os resultados obtidos através da amostra, com o fim de testar se os atributos “tipo de pessoas a que estão conectados” e “processo de descoberta da 1ª RS” são independentes.

Quadro 4.31 *Tabela de contingência do teste do qui-quadrado: processo de descoberta da 1ª RS vs tipo de pessoas a que estão conectados.*

<i>Processo descoberta da 1ª RS</i>	<i>Tipo de pessoas a que estão conectados</i>				Total
	Familiares	Amigos	Colegas da Escola	Outros ¹⁶	
Pais	109	101	99	28	337
Irmãos	167	171	157	19	514
Outros familiares	93	92	81	8	274
Amigos	462	546	481	65	1554
Colegas	39	43	42	11	135
Escola	36	40	38	4	118
Comunicação Social	13	14	13	5	45
Internet	87	100	79	7	273
Outra Situação	56	57	57	15	185
Total	1062	1164	1047	162	3435

Fonte: apuramento dos inquéritos.

Assim, as hipóteses a testar são:

H_0 : O tipo de pessoas a que estão conectados e o processo de descoberta da 1ª RS são independentes.

H_1 : caso contrário.

O valor observado da estatística de teste é dado por: $Y = 34,9895$.

Fixando o nível de significância do teste em $\alpha = 0,05$, o valor crítico é dado por: $\chi^2_{24;0,95} = 36,42$.

A decisão a tomar é de não rejeitar a hipótese nula (H_0) de que há independência entre os atributos “tipo de pessoas a que estão conectados” e “processo de descoberta da 1ª RS”.

O *p-value* aproximado é (com a ajuda do Excel®):

$$p\text{-value} = P(Y \geq 34,9895) = 0,068557, \text{ em que } Y \overset{a}{\sim} \chi^2_{24}.$$

¹⁶ Amigos de Familiares, Amigos de amigos, Conhecidos, Namorados, Vizinhos, Amigos da internet, Professores, Desconhecidos, Interesses culturais, Ídolos de desporto, Inimigos, Empresas, Rádios, Escolas.

Conclui-se que não se rejeita H_0 , já que o p -value aproximado é superior ao nível de significância do teste ($\alpha = 0,05$). Logo as variáveis “tipo de pessoas a que estão conectados” e “processo de descoberta da 1ª RS” são independentes, pelo que podemos dizer que, independentemente do processo de descoberta da 1ª RS, a probabilidade de estarem ligados a um determinado tipo de pessoas (e.g. amigos, familiares, colegas de escola) é a mesma.

4.2.2 Modelo de regressão logística.

Existem diferentes perspectivas para explicar os motivos de utilização das redes sociais e o tempo gasto na adesão às RS. Da revisão da literatura, verifica-se como prática corrente que os indicadores mais comuns são as razões que levam os adolescentes a aderir às RS, o tempo que gastam para as redes sociais (RS), o lugar onde utilizam as RS e a segurança na utilização das redes sociais.

Para a estimação do efeito de um conjunto de variáveis sobre o efeito dos motivos que influenciam o tempo gasto pelos adolescentes nas redes sociais foi aplicado o modelo logit ordenado, recorrendo ao odds ratio (OR) com intervalos de confiança de 95%.

Após a análise das variáveis enunciadas no ponto 3.1, considerou-se como variável dependente para o estudo o “*Tempo gasto para estar nas redes sociais [TRS]*”, qual foi categorizada em seis categorias e foi definida como:

$$TRS_t = \begin{cases} 1 & \text{se } \alpha_1 \leq \varepsilon_t \\ 2 & \text{se } \alpha_1 < \varepsilon_t \leq \alpha_2 \\ 3 & \text{se } \alpha_2 < \varepsilon_t \leq \alpha_3 \\ 4 & \text{se } \alpha_3 < \varepsilon_t \leq \alpha_4 \\ 5 & \text{se } \alpha_4 < \varepsilon_t \leq \alpha_5 \\ 6 & \text{se } \alpha_5 \leq \varepsilon_t \end{cases}$$

em que:

$$\alpha_1 < \alpha_2 < \alpha_3 < \alpha_4 < \alpha_5 .$$

Esta variável dependente observável é uma variável ordenada que toma os seguintes valores consoante a resposta do inquirido:

1 – Utiliza as RS menos de 1 vez por semana;

- 2 – Utiliza as RS 2 a 4 vezes por semana;
- 3 – Utiliza as RS 5 a 6 vezes por semana;
- 4 – Utiliza as RS todos os dias da semana e uma hora por dia;
- 5 – Utiliza as RS todos os dias da semana e entre 2 a 4 horas por dia;
- 6 - Utiliza as RS todos os dias da semana e mais de 4 horas por dia.

Para analisar o tempo que os adolescentes gastam nas redes sociais e quais os motivos dessa adesão, analisamos o peso de cada uma das variáveis explicativas em relação à variável dependente considerada, as quais são: “Faixa etária”, “Nível de escolaridade”, o “Gênero” e o “Motivo de utilização das RS”.

No modelo ajustado com os dados da amostra, algumas destas variáveis explicativas foram consideradas como variáveis *dummy* para o modelo, que são:

- Gênero [G]:

$$G_s = \begin{cases} 1 & \text{se } s \text{ é do gênero masculino} \\ 0 & \text{se } s \text{ é do gênero feminino} \end{cases}$$

- Nível de escolaridade [NE]:

$$NE_e = \begin{cases} 1 & \text{se pertence à categoria } e \\ 0 & \text{se não pertence à categoria } e \end{cases}$$

As categorias desta variável (e) são: 5.º ano, 6.º ano, 7.º ano, 8.º ano e 9.º ano.

- Motivo da utilização das RS [MRS]:

$$MRS_m = \begin{cases} 1 & \text{se pertence à categoria } m \\ 0 & \text{se não pertence à categoria } m \end{cases}$$

As categorias desta variável (m) são: Fazer Amigos, Trabalhos Escolares, Diversão, Comunicar com Amigos, Comunicar com Familiares, Fazer Comentários e Outros Motivos.

Relativamente aos dados omissos, estes foram integrados considerando a *moda* estatística do nível de escolaridade.

Utilizando o software R Project, os resultados da estimação do efeito de um conjunto de variáveis sobre o efeito do tempo gasto pelos adolescentes nas redes sociais pelo modelo logit ordenado são apresentados no quadro 4.32.

Quadro 4.32 Resultados da Estimação do Modelo Logit Ordenado.

Variáveis Explicativas	$\hat{\beta}$	$e^{\hat{\beta}}$	<i>p</i> -value
Faixa Etária	0.08941	1.2824	0.2000
Género			
<i>Feminino</i>	Categoria de Referência		
<i>Masculino</i>	0.32350	2.9426	0.0033
Nível de Escolaridade			
<i>5.º ano de escolaridade</i>	Categoria de Referência		
<i>6.º ano de escolaridade</i>	0.08078	0.4858	0.6271
<i>7.º ano de escolaridade</i>	0.50985	2.3166	0.0205
<i>8.º ano de escolaridade</i>	0.70748	2.5285	0.0115
<i>9.º ano de escolaridade</i>	0.75948	2.2529	0.0243
Motivo da utilização das RS			
<i>Fazer Amigos</i>	0.40217	3.6006	0.0003
<i>Trabalhos Escolares</i>	0.05129	0.4328	0.6652
<i>Diversão</i>	0.40587	3.5389	0.0004
<i>Comunicar com Amigos</i>	0.06095	0.3285	0.7426
<i>Comunicar com Familiares</i>	-0.11359	-0.8594	0.3901
<i>Fazer Comentários</i>	0.55626	4.6456	<0.0001
<i>Outros Motivos¹⁷</i>	0.09264	0.7610	0.4467

Fonte: apuramento dos inquéritos.

A definição das variáveis explicativas é a seguinte:

- ✓ Faixa Etária. Esta variável foi medida em anos completos e agregada em 7 categorias: 10 anos, 11 anos, 12 anos, 13 anos, 14 anos, 15 anos e 16 anos;
- ✓ Género. É uma variável *dummy* que assume o valor 1 se é do género masculino e 0 caso contrário, em que a modalidade de referência é o género feminino;
- ✓ Nível de escolaridade. Esta variável refere-se ao número de anos de escolaridade. Esta variável foi agregada em 5 categorias, às quais correspondem 5

¹⁷ Namorar, Adquirir Conhecimentos, Fazer Downloads, Partilhar Ficheiros, Passar tempo, Ver fotos, Visitar as páginas dos Amigos, Ver RedTube.com, Socializar, Ser Popular, Para se actualizar, Manter Contacto, Arranjar Namorada

variáveis *dummy*: 5.º ano, 6.º ano, 7.º ano, 8.º ano e 9.º ano. A modalidade de referência é o 5.º ano;

✓ **Motivo da utilização das RS.** Esta variável refere-se ao motivo de adesão às redes sociais. Foi agregada em 7 categorias: Fazer Amigos, Trabalhos Escolares, Diversão, Comunicar com Amigos, Comunicar com Familiares, Fazer Comentários e Outros Motivos.

Na 1.ª coluna do quadro 4.32, estão apresentados os coeficientes estimados. A segunda coluna refere-se à razão de *odds*. O *p-value* corresponde ao menor nível de significância que pode ser assumido para se rejeitar a hipótese nula.

Como se pode constatar, para um nível de significância de 5%, existem coeficientes que são estatisticamente significativos, como é o caso dos referentes às variáveis: género masculino, 7.º, 8.º e 9.º ano de escolaridade e alguns motivos de utilização das redes sociais, tais como, fazer amigos, diversão e fazer comentários.

A interpretação da razão de *odds* vai ser efectuada apenas para as variáveis que se revelaram significativas para explicar o modelo.

Como se pode constatar no quadro 4.32, verifica-se o seguinte:

✓ **Faixa Etária:** verifica-se que apesar de haver um impacto positivo ($\hat{\beta}=0.0894$), não é estatisticamente significativo, uma vez que o valor do *p-value* é superior a 0,05 (*p-value*=0.2000).

✓ **Género:** o género masculino tem um impacto positivo ($\hat{\beta}=0.3235$) e é estatisticamente significativo, uma vez que o valor do *p-value* é inferior a 0.05 (*p-value*=0.0033). Assim, um adolescente do género masculino, quando comparado com um do género feminino, e tudo o resto constante, apresenta uma probabilidade 0.3235 vezes superior de gastar mais tempo nas redes sociais.

✓ **Nível de escolaridade:** todos os níveis de escolaridade têm um impacto positivo, mas só o 7.º ano, o 8.º ano e o 9.º ano de escolaridade é que são estatisticamente significativos, uma vez que os valores do *p-value* são inferiores a 0.05 (0.0205, 0.0115, 0.0243). Assim, um adolescente que frequente o 7.º ano, o 8.º ano e o 9.º ano, quando comparados com um inquirido que frequenta o 5.º ano (classe de referência), e tudo o resto constante, tem uma probabilidade de 0, 5098 ou 0,7075 ou 0,7595 vezes, respectivamente, superior de gastar mais tempo nas redes sociais. Em

suma, verifica-se que à medida que aumenta o nível de escolaridade, aumenta a probabilidade do tempo gasto nas redes sociais.

✓ Motivo da utilização das RS: os motivos “Fazer amigos”, “Diversão” e “Fazer Comentários” são estatisticamente significativos, uma vez que apresentam um *p-value* inferior a 0,05 (0.0003, 0.0004 e <0.0001, respectivamente). Assim, um adolescente que apresente como motivos o fazer amigos, diversão e fazer comentários tem uma probabilidade de 0.4022 vezes ou 0,4059 ou 0,5563, respectivamente, superior de gastar mais tempo nas redes sociais. Em relação ao motivo “Comunicar com Familiares”, tem um impacto negativo ($\hat{\beta} = -0.1136$) e o *p-value* não é estatisticamente significativo (*p-value*=0.00330.3901).

5. CONCLUSÕES

Neste capítulo identificam-se as principais conclusões do estudo, ou seja, aquelas conclusões que constituem resposta às questões de investigação levantadas no capítulo 1 deste documento.

Foi feito um levantamento de informações e uma recolha de opiniões a adolescentes portugueses do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico em cinco concelhos de Portugal, com a finalidade de saber quanto tempo gastam nas redes sociais e quais os motivos da sua adesão àquelas.

Pela amostra que foi analisada, verifica-se que as redes sociais mais utilizadas são o MSN, o Facebook e o Hi5, que são também as redes em que os adolescentes têm maior número de «amigos».

Em relação à nacionalidade das pessoas a que estão conectados, predomina a nacionalidade portuguesa, o que se compreende, visto que a maior parte das pessoas em causa são amigos, familiares e colegas da escola.

Relativamente aos motivos que levam um adolescente aderir às RS, os que se destacaram no top 5 do leque apresentado pelos inquiridos foi em primeiro lugar comunicar com os amigos, em segundo lugar comunicar com familiares em terceiro lugar aparece a diversão, em quarto lugar fazer amigos e em quinto lugar fazer comentários. Estes resultados parecem relevantes no sentido de perceber por que razões os adolescentes perdem tanto tempo na internet e por consequência nas RS.

Em relação ao local de utilização das redes sociais, os adolescentes gastam mais tempo nas redes sociais em casa de amigos. O facto de os adolescentes gastarem mais tempo nas redes sociais em casa de amigos não parece fazer muito sentido, quando o motivo mais apontado para o uso das redes sociais é o de comunicar com os amigos e levanta algumas dúvidas sobre se os pais realmente têm conhecimento da utilização das RS por parte dos filhos.

Os rapazes aderem às redes sociais com o objectivo principal de fazer amigos, enquanto as raparigas aderem sobretudo com a finalidade de comunicar com familiares.

Em relação ao grau de segurança das redes sociais considerado pelos inquiridos é maioritariamente razoável, o que é coerente com os factos de na maioria dos casos os pais terem conhecimento da utilização das redes sociais.

Pela análise inferencial, concluímos que em relação ao tempo gasto nas RS, todas as variáveis são dependentes desta, à excepção do conhecimento ou não dos pais sobre a utilização das RS. Assim, não existe associação entre o tempo gasto pelos adolescentes nas RS e o conhecimento ou não dos pais sobre a sua utilização.

Por outro lado, em relação ao motivo de adesão às redes sociais, verifica-se que é dependente da faixa etária, do género, e do tempo gasto nas RS, sendo independente do conhecimento ou não dos pais sobre a utilização das RS. Pode-se concluir que o motivo de adesão às RS pode variar em função da faixa etária, do género, e do tempo gasto nas RS.

Em relação ao tipo de pessoas a que estão conectados os adolescentes portugueses, verifica-se que é independente do conhecimento ou não dos pais sobre a utilização das RS e do processo de descoberta da 1ª rede social.

Este estudo mostra ainda que o género masculino tem uma maior probabilidade de gastar mais tempo nas RS do que o género feminino. Este resultado parece razoável, pois os adolescentes do género masculino normalmente têm mais tendência para as tecnologias.

Finalmente, de acordo com os resultados obtidos pelo modelo logit ordenado, os motivos com probabilidade de os adolescentes gastarem mais tempo nas RS são o fazer comentários, diversão e fazer amigos. Estes motivos levantam alguma preocupação no que respeita aos riscos que os adolescentes correm por estarem nas redes sociais, pois quando um dos motivos é fazer amigos pode levar a que os mesmos sejam abordados e influenciados por pessoas mal intencionadas. Neste sentido, seria importante os pais ou responsáveis estarem mais atentos na utilização das RS pelos adolescentes.

6. DELIMITAÇÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Neste capítulo são enunciadas as limitações detectadas no estudo, bem como algumas sugestões para trabalhos futuros.

6.1 Delimitações e Limitações do Estudo

Para este estudo, delimitou-se o universo mais adequado ao qual se pretendia aplicar o inquérito para a recolha de dados, abrangendo áreas geográficas dispersas de Portugal (Coimbra, Condeixa-a-Nova, Guarda, Pombal e Santiago do Cacém).

Nesta investigação impõe-se-nos o reconhecimento de algumas limitações, as quais foram: a demora na aprovação do inquérito por parte do Ministério da Educação (ME); a resposta tardia por parte das escolas quanto à autorização da aplicação dos questionários; a autorização por parte dos encarregados de educação, pois os inquéritos seriam realizados a adolescentes que frequentem o ensino público no 2.º e 3.º ciclo do ensino básico; o facto de os alunos não preencherem o questionário, ou de não o preencherem na sua totalidade.

Além destas limitações surgiram em relação às respostas dadas pelos inquiridos no questionário algumas questões, tais como:

- ✓ Após a análise das respostas dadas pelos inquiridos, em relação à pergunta doze (“Os teus pais têm conhecimento que usas as redes sociais”), verifica-se que não está claro se os inquiridos responderam “sim” porque é mesmo verdade ou porque consideram arriscado dar uma resposta diferente;

- ✓ Em relação à pergunta dezassete do questionário (“Já tiveste algum encontro com os teus amigos da rede?”), teve uma interpretação diferente por parte dos inquiridos. O objectivo desta pergunta era saber se os inquiridos tiveram encontros com pessoas desconhecidas, mas a interpretação por parte dos inquiridos foi se tiveram encontros com pessoas conhecidas.

6.2 Recomendações para Trabalhos Futuros

Considerando ser um tema muito na “moda” e que desperta a curiosidade crescente nos adolescentes em Portugal, seria pertinente a realização de mais estudos por área geográfica (rural vs urbano), nomeadamente:

- i. Quanto ao local onde são mais utilizadas as redes sociais, ou seja, se acedem num local aberto ou fechado, sendo um aspecto a ter em conta, uma vez que pode estar relacionado com a segurança dos mesmos;
- ii. Investigar até que ponto as redes sociais poderão ser um meio pedagógico para os adolescentes;
- iii. Explorar o grau de conhecimento por parte dos pais dos adolescentes com idades inferiores a 14 anos sobre a utilização das redes sociais;
- iv. Quanto aos riscos que os utilizadores das RS se sujeitam com encontros com pessoas desconhecidas.

ANEXOS

Anexo I – Modelo de Questionário.



Mestrado em Estatística e Gestão de Informação,
Área de Especialização em Gestão dos Sistemas e Tecnologias de
Informação

QUESTIONÁRIO

ISEGI – Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação

A aplicação do questionário insere-se na fase de recolha de dados para duas dissertações de mestrado em Estatística e Gestão de Informação do Instituto de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa. O questionário é constituído por 2 grupos de questões: um grupo com a finalidade de caracterizar os adolescentes e outro tem o objectivo de conhecer a experiência desses adolescentes nas redes sociais. A partir deste questionário pretende-se identificar de entre os adolescentes os que utilizam as redes sociais e saber as razões porque as utilizam.

São garantidos os anonimato e confidencialidade de todos os alunos participantes.

Pretende-se, com o presente estudo, caracterizar e conhecer a experiência dos adolescentes nas redes sociais, de ambos os sexos, que frequentem o 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

Neste sentido solicita-se a tua disponibilidade e colaboração.

Questionário:

--	--	--	--	--

 (não preencher)

Escola: _____

Distrito: _____

Concelho: _____

Data ____ / ____ / ____ (DD/MM/AAAA)

1- Idade? _____

2- Sexo? ☐ Feminino ☐ Masculino

3- Qual a tua nacionalidade?

☐ Portuguesa

☐ Não Portuguesa Qual? _____

4- Qual o nível escolar que frequentas?

☐ 5.º ano

☐ 6.º ano

☐ 7.º ano

☐ 8.º ano

☐ 9.º ano

5- Quantas pessoas vivem contigo na tua casa? _____

6- Tens irmãos?

☐ Sim Quais as idades? _____

☐ Não

7- Quais as habilitações literárias:

a. Do Pai

☐ Não sabe ler nem escrever

☐ 1.º Ciclo (ensino primário)

☐ 2.º Ciclo (5.º e 6.º ano)

☐ 3.º Ciclo (até ao 9.º ano)

☐ Secundário (até ao 12.º ano)

☐ Licenciatura

☐ Mestrado

☐ Doutoramento

b. Da Mãe

☐ Não sabe ler nem escrever

☐ 1.º Ciclo (ensino primário)

☐ 2.º Ciclo (5.º e 6.º ano)

☐ 3.º Ciclo (até ao 9.º ano)

☐ Secundário (até ao 12.º ano)

☐ Licenciatura

☐ Mestrado

☐ Doutoramento

8- Qual a actividade profissional

a. Do Pai? _____

b. Da Mãe? _____

9- Utilizaste alguma vez as redes sociais? ☐ Sim ☐ Não

Se respondeu sim continue o questionário e passe à questão 10.

Se respondeu não então o seu questionário está concluído. Obrigada pela colaboração.

10- De que forma descobriste a 1ª rede social que usaste?

11- Qual a 1.ª rede social que utilizaste?

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ Messenger (MSN)

☐ Skype

☐ HI5

☐ Outra Qual? _____

12- Os teus pais têm conhecimento que usas as redes sociais? ☐ Sim ☐ Não

13- Qual ou quais as redes sociais que utilizas?

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ Messenger (MSN)

☐ Skype

☐ HI5

☐ Outra (s) Qual (s)? _____

14- A quantas pessoas estás conectado nas redes sociais?

Facebook

Twitter	<input type="text"/>
Messenger (MSN)	<input type="text"/>
Skype	<input type="text"/>
HI5	<input type="text"/>
Outra (s)	<input type="text"/>

15- De que nacionalidade são as pessoas a que estás conectado?

- ☐ Portuguesa
- ☐ Não Portuguesa

Qual (s)? _____

16- As pessoas a que estás conectado são:

- ☐ Familiares
- ☐ Amigos
- ☐ Colegas de escola
- ☐ Outra (s) *Qual (s)?* _____

17- Já tiveste algum encontro com os teus amigos da rede? ☐ Sim ☐ Não

18- Qual o tempo que disponibilizas para estar nas redes sociais?

- ☐ Menos de 1 vez por semana
- ☐ 2 a 4 vezes por semana
- ☐ 5 a 6 vezes por semana
- ☐ Todos os dias da semana:
- ☐ *Menos de 1 hora por dia*
 - ☐ *2 a 4 horas por dia*
 - ☐ *Mais de 4 horas por dia*

19- Onde utilizas as redes sociais?

- ☐ Casa
- ☐ Escola
- ☐ Casa de amigos
- ☐ Bibliotecas
- ☐ Outro (s) lugar (es)

Qual (s)? _____

20- Por que motivo (s) utilizas as redes sociais?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Fazer amigos | <input type="radio"/> Adquirir conhecimentos |
| <input type="radio"/> Trabalhos escolares | <input type="radio"/> Fazer downloads |
| <input type="radio"/> Diversão (jogar) | <input type="radio"/> Partilhar ficheiros |
| <input type="radio"/> Namorar | <input type="radio"/> Fazer comentários |
| <input type="radio"/> Comunicar com amigos | <input type="radio"/> Curiosidade |
| <input type="radio"/> Comunicar com familiares | |
| <input type="radio"/> Outra (s) <i>Quais?</i> _____ | |

21- Qual consideras ser o grau de segurança da utilização de redes sociais?

- ☐ Nenhum
- ☐ Pouco
- ☐ Razoável
- ☐ Muito

Obrigada pela tua colaboração

Anexo II – Resultado da Aplicação dos Questionários.

Distritos	Concelhos	Escolas	Totais Alunos	Total Questionários	Utilizam RS
Coimbra	Coimbra	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de Taveiro	257	116	103
	Condeixa-a-Nova	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de Condeixa-a-Nova	600	157	146
Guarda	Guarda	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de Santa Clara	560	220	105
	Guarda	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de São Miguel	490	105	42
	Guarda	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de Sequeira - Guarda (Agrupamento das Escolas Beatriz Ângelo)	96	48	46
Leiria	Pombal	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de Marquês de Pombal	710	422	397
Setúbal	Santiago do Cacém	Esc. Básica do 2º e 3º Ciclos de Frei André da Veiga	360	147	125
	Santiago do Cacém	Esc. Secundária com 3º Ciclo de Padre António Macedo	183	21	18
	Santiago do Cacém	Escola Secundária com 3.º Ciclo Manuel da Fonseca	155	139	136
			3411	1375	1255

Anexo III – Modelo da Carta enviada às Escolas.

Exmo. Senhor
Director da Escola

Assunto: Requerimento para efeitos da aplicação de um questionário a adolescentes do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico para a elaboração de duas teses de mestrado.

Para a realização de 2 teses de mestrado em Estatística e Gestão de Informação, no Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa, vimos por este meio solicitar a V. Exa. a aplicação de um questionário cujo objectivo é caracterizar e conhecer a experiência dos adolescentes nas redes sociais, de ambos os sexos, que frequentem o 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

O questionário é constituído por 2 grupos de questões: um grupo com a finalidade de caracterizar os adolescentes e o outro com o objectivo de conhecer a experiência desses adolescentes nas redes sociais. A partir deste questionário pretende-se identificar de entre os adolescentes os que utilizam as redes sociais e saber as razões pelas quais as utilizam.

Seguem em anexo os seguintes documentos:

1. Modelo de Questionário;
2. Autorização do DGIDC;
3. Identificação das mestrandas.

Lisboa, __ de Fevereiro de 2011.

Com os melhores cumprimentos,

P.D.

P.D.

(Cristina Fernandes Gaspar)

(Rosa Maria Rolim Simões)

Anexo IV – Pedido de Autorização aos Encarregados de Educação.

_____, ____ de _____ de 2011

Assunto: Pedido de autorização para aplicação de questionário a adolescentes do 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico para a elaboração de duas teses de mestrado.

Ex.^{mo} Sr. Encarregado de Educação,

Os nossos nomes são Cristina Fernandes Gaspar e Rosa Maria Rolim Simões. Somos alunas do mestrado em Estatística e Gestão de Informação no Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa.

Vimos por este meio pedir a V. Ex.^a que se digne autorizar a aplicação de um questionário ao seu educando, o qual pretende caracterizar e conhecer a sua experiência quanto às redes sociais.

O questionário é constituído por 2 grupos de questões: um grupo com a finalidade de caracterizar o adolescente e o outro com o objectivo de conhecer a experiência do adolescente nas redes sociais.

A partir da aplicação do referido questionário, pretende-se caracterizar e conhecer a experiência dos adolescentes nas redes sociais, de ambos os sexos, que frequentem o 2.º e 3.º ciclo do Ensino Básico.

A participação nos questionários é, naturalmente, voluntária e anónima, não sendo portanto solicitada, em local nenhum, a indicação do nome. Para além disso, todas as respostas são estritamente confidenciais: ninguém terá acesso a elas, exceptuando os investigadores responsáveis.

Comprometemo-nos desde já a aplicar os questionários apenas depois de obter autorização, e, caso entenda necessário, prestando os esclarecimentos que pretender. Agradecemos a sua disponibilidade e aguardamos uma indicação sobre o assunto com a brevidade que lhe for possível.

Com os melhores cumprimentos,

Cristina Fernandes Gaspar

Rosa Maria Rolim Simões



(Por favor, preencher e devolver)

☐ Sim, autorizo a participação do meu educando _____

☐ Não autorizo a participação do meu educando _____

Assinatura do Encarregado de Educação

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- Antunes, M. G. P. (2008). *Influência da Gestão por Processos no Desempenho Organizacional: Um Estudo Empírico na Área Social*. Dissertação para a obtenção do grau de Doutor, Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Aguar, A. M. S. (2007). *Sistemas de E-Procurement: usando a regressão logística para testar empiricamente um modelo conceptual que explica a sua adopção por empresas com actividade em Portugal*. Dissertação para a obtenção do grau de Doutor, Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.
- Boyd, D. M., e Ellison, N. B. (2008). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- De Oliveira, D. G. F. (2009). *Determinantes do Estado de Saúde dos Portugueses*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre, Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Duarte, F., Quandt, C. e Souza, Q. (2008). *O Tempo Das Redes*. Editora Perspectiva S/A. ISBN 978-85-273-0811-3
- EU Kids Online (2010). *Resultados Principais O inquérito EU Kids Online*. Recuperado em 25 de Junho de 2011, de <http://www.eukidsonline.net>.
- EU Kids Online (2010). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children*, ISSN 2045-256X. Recuperado em 25 de Junho de 2011, de <http://www.eukidsonline.net>.
- EU Kids Online (2011). *Social Networking, Age and Privacy*. ISSN 2045-256X. Recuperado em 25 de Junho de 2011, de <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ShortSNS.pdf>

- European Comission, E. (2008). *Towards a safer use of the Internet for children in the EU – a parents' perspective*. The Gallup Organisation. 248, European Comission, Eurobarometer: 154.
- Ferreira, J. P. e Miguel, I. R. (2009). *Cultura e redes sociais: a internet - um novo espaço público*. Recuperado em 26 de Novembro de 2010, de <http://repositorio.esepf.pt/handle/10000/343>.
- Fox, J. (1997). *Applied regression analysis, linear models, and related methods*. Sage Publications. ISBN: 0-8039-4540-X.
- Garson, David G. (2011). *Logistic Regression*. Recuperado em 10 de Novembro de 2011, de <http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/logistic.htm>
- Gonçalves, A. P.(2008). Rede Social na UM: Um Estudo de Caso. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre, Escola de Engenharia da Universidade do Minho, Guimarães. Recuperado em 14 de Novembro de 2011, de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9499/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20de%20Mestrado%20-%20Alysson%20Pires%20Gon%c3%a7alves.pdf>
- Greenhow, C., e Robelia, B. (2009). *Old Communication, New Literacies: Social Network Sites as Social Learning Resources*. Journal of Computer-Mediated Communication, 14(4), 1130–1161. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01484.x
- Guimarães, F. M. G. (2010). *Perfil de utilizadores de homebanking em Portugal*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre, Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa. Recuperado em 26 de Maio de 2011, de <http://run.unl.pt/handle/10362/3580>
- Hosmer, D. W., e Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression* (2nd ed.). New York: Wiley.
- LINI (2010). *A Utilização de Internet em Portugal 2010*. Recuperado em 14 de Agosto de 2011, de www.unic.pt/images/.../Relatorio_LINI_UMIC_InternetPT.pdf.

- Martins, M. R. O. (2010). *Métodos Económétricos*. [Apostila em PDF]. Manuscrito inédito, Universidade Nova de Lisboa, Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação, Portugal.
- Novo, C. (2009). *Bullying e as Tecnologias da Comunicação: do uso ao abuso*. Revista Interacções, 12, 327-337.
- Nunes, L. M. D. N. (2011). *Redes Sociais Online como Infra-Estruturas no Mercado de Trabalho*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto. Recuperado em 14 de Novembro de 2011, de <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/56562/2/MESTRADOECONOMIAFEPUP2011L UISNUNESREDES%20SOCIAIS%20ONLINE.pdf>
- Paiva, Jacinta (2002), *As Tecnologias de Informação e Comunicação: Utilização pelos Professores*. Recuperado em 26 de Outubro de 2010, de <http://www.dapp.min-edu.pt/nonio/docum/document.htm>
- Samsudin, Z. (2009). *The use of online social networking sites among Malaysian teenagers: What impact does it have on our classrooms?* Paper presented at the APEID International Conference on Education and World Bank-KERIS High Level Seminar on ICT in Education, Bangkok. Recuperado de http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/apeid/Conference/13th_Conference/Papers/2.D.1_Online_social_networking__Zarina_Samsudin_.pdf
- Santos, J. A. R. A. (2010). *Estatística, Tópicos de introdução à estatística não paramétrica*. [Apostila em PDF]. Manuscrito inédito, Universidade Nova de Lisboa, Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação, Portugal.
- Stats, I. W. (2010). *World Internet Users and Population Stats*. Recuperado em 5 de Outubro de 2010, de <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Trusov, M., Bodapati, A. V., & Bucklin, R. E. (2010). Determining Influential Users in Internet Social Networks. *Journal of Marketing Research*, 47, 643-658. Recuperado de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1479689